



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACPYA

FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN

Año 1

Volumen 1

Julio 2014 - Junio 2015

ISSN: 2448-5101



Vincula Tégica

EFAN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN

PÁGINA LEGAL

DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS, año 1, No. 1, Julio 2014 – Junio 2015, es una publicación Anual editada por la Facultad de Contaduría Pública y Administración, calle Pedro de Alba S/N Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México, CP. 66455, Tel +52 8183294000, <http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/>. Editor Responsable: Dr. Arturo Tavizón Salazar. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2015-091013593700-203, ISSN: 2448-5101, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número, Facultad de Contaduría Pública y Administración FACPYA - CTIC, calle Pedro de Alba S/N Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México, CP. 66455, Tel +52 8183294000, Ext. 4246, Fecha de última modificación, 19 de mayo de 2015.



FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO PARA LA PERMANENCIA DE LAS PYMES EN EL MERCADO

Datos del autor: C.P. Karen Lizeth Zapata Torres.

Institución de adscripción: Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Facultad de Comercio y administración Victoria.

División de Estudios de Posgrado e Investigación.

Dirección: Matamoros SN, Zona Centro Universitario, Ciudad Victoria, Tamaulipas, C.P. 87000.

Correo electrónico: cplizethzapata@live.com

Nacionalidad: Mexicana.

Datos del autor: Dr. José Melchor Medina Quintero.

Institución de adscripción: Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Facultad de Comercio y administración Victoria

Dirección: Matamoros SN, Zona Centro Universitario, Ciudad Victoria, Tamaulipas, C.P. 87000.

Correo electrónico: jmedinaq@uat.edu.mx

Nacionalidad: Mexicana.

Datos del autor: Lic. José Iván Lara Treviño, MTI.

Institución de adscripción: Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Facultad de Comercio y administración Victoria

Dirección: Matamoros SN, Zona Centro Universitario, Ciudad Victoria, Tamaulipas, C.P. 87000.

Correo electrónico: jilara@uat.edu.mx

Nacionalidad: Mexicana.

Área específica de la ponencia: Administración de estrategias para las MIPyMES.

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 12/Mayo/2015

Resumen

La sobrevivencia de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) es fundamental para el desarrollo del país, ya que juegan un papel importante en la generación del PIB, de empleos, aportar bienes y servicios. Por tanto, el objetivo de esta investigación es determinar los factores críticos de éxito (FCE) que permiten que las Pymes de Ciudad Victoria (México), permanezcan en el mercado. Para lograrlo se lleva a cabo un análisis cualitativo, en las Pymes del sector industrial, comercial y de servicios. Los resultados evidencian que los FCE que influyen de manera positiva en las Pymes es la planeación estratégica, es aquí donde la empresa fija sus metas futuras, así como la capacitación adecuada del recurso humano. En este mismo estudio se encontró como evidencia que el factor que afecta negativamente a las Pymes es el financiamiento, debido a que la mayoría opera mediante financiamientos tradicionales.

Palabras Clave: Factores Críticos de Éxito, financiamiento, innovación, planeación estratégica, tecnología.

1. Introducción

Las pequeñas y medianas empresas son un eslabón fundamental en la economía del país, contribuyen en la generación de riqueza, aumento de la población económicamente activa mediante la generación de empleos y logran satisfacer las necesidades de productos y servicios que la población necesita. Actualmente, en el entorno globalizado donde se desenvuelven, afrontan dificultades de sobrevivencia y muy pocas logran tener el éxito para poder seguir operando y lograr su crecimiento.

Cada Pyme posee características específicas que depende del tipo de sector que van a satisfacer, los productos o servicios que ofrecerán y el número de empleados con los que contará. Cada Pyme, suele encontrarse en desventaja con las demás, por ello es importante estudiar los factores de éxito que permiten que las Pymes logren su permanencia en el mercado. Aun cuando diversos esfuerzos se han realizado por crear y orientar condiciones de rentabilidad y productividad para las Pymes, por parte de investigadores, políticos, economistas y teóricos del

área, los distintos gobiernos y la experiencia empírica confirma que las estadísticas resultan abrumadoras sobre el fracaso de las Pymes lo cual ha sido una preocupación permanente.

En los países con economías emergentes entre un 50 y un 75% dejan de existir durante los primeros tres años. Este informe continúa presentando los indicadores de países como Chile, en el cual durante 1996, el 25% de las Pymes desaparecieron en el primer año, un 17% en el segundo año, el 13% en el tercer año y un 11% fracasó en el cuarto año (CEPAL, 2003).

Aragón y Rubio (2005) afirman que los principales factores críticos de éxito encontrados en la literatura y en el medio profesional son activos intangibles, concretamente en la gestión financiera, los recursos tecnológicos, la innovación, la calidad, la dirección, gestión de los recursos humanos (RRHH), la flexibilidad de la estructura organizativa, los sistemas de información, las alianzas y acuerdos de cooperación. Mientras que Spillan y Parnell (2006), realizan un estudio en los Estados Unidos (Maryland, New York y Pennsylvania) y determinan los recursos de mercadeo orientados hacia el consumidor y el desempeño de las Pymes. Los resultados sugieren que la filosofía de orientación hacia el cliente y una estructura coordinada dentro de la empresa que le de apoyo a esa estrategia de mercadeo orientado hacia el consumidor, son los factores que explican un desempeño empresarial superior.

De igual forma Al-Mahrouq (2010) realizó un estudio que identifica los principales factores que explican el éxito de las Pymes en Jordania. Los resultados revelan que los factores son: tecnología, estructura de la empresa, estructura financiera, productividad y mercadeo, y recursos humanos. Lin (1998) presenta los resultados de una investigación sobre los determinantes del éxito de las Pymes en Taiwán, y encuentra que las actitudes, la calificación, la orientación hacia el mercado, los métodos operativos son más importantes que los equipos. Asimismo, que la

orientación hacia el consumidor y el conocimiento de gestión del fundador son clave en la explicación del éxito de las Pymes. En resumen, los temas relacionados con las personas son más importantes que la estructura y la tecnología.

Raduan Che et al. (2006) identifican los factores de éxito de las Pymes en Malasia. Evalúa la relación del desempeño con la iniciativa personal, el capital humano, el conocimiento en la gestión y los programas de apoyo gubernamental. Los empresarios con una elevada dosis de iniciativa personal tienden a sobreponerse ante las restricciones que encuentra. En el estudio se afirma que la educación del empresario, la experiencia laboral y si los padres del empresario contaban con una empresa, solía ser una estrecha relación con su éxito. Y afirma que el estudio no encontró una relación importante entre los programas de apoyo gubernamental y el éxito de las Pymes.

Al revisar la literatura en cuanto a los FCE y su relación con la permanencia de las Pymes mexicanas y las Pymes en la zona bajo estudio, es casi nula la investigación que ofrece evidencia empírica en esta temática. Por lo anterior, el objetivo de esta investigación consiste en determinar los factores críticos de éxito que permiten que las Pymes de Ciudad Victoria (México) permanezcan en el mercado. A fin de lograr la meta, el trabajo de campo se lleva a cabo en la zona centro del estado mexicano de Tamaulipas, en el cual se procede a la revisión de la literatura de los FCE, posteriormente se realiza el estudio piloto con la aplicación de las entrevista a las Pymes, para poder realizar un análisis de contenido y discusión de resultados por expertos, para finalizar con las conclusiones y precisar las principales aportaciones al conocimiento.

2. Revisión de la literatura

2.1. Las Pymes

Las Pymes son formas específicas de organización económica en actividades industriales y de servicios, en las cuales la producción y el control están en manos de una persona o un grupo que influyen decisivamente en el estilo de gestión, conducción o manejo. Es posible reconocer tres recursos centrales: el financiamiento, la tecnología, y el trabajo y gerenciamiento calificado (Salloum y Vigier, 1999). Páez (2004) las define como dispositivos socioeconómicos que generan riquezas y empleo.

Rodeiro y López (2007) afirman que ñuna Pyme se determina por los recursos humanos limitados y poco especializados, aunque con un alto grado de adaptabilidadö. Además, las empresas son en su mayoría familiares (CIPI, 2003; Rodríguez y Martínez, 2006), con formas de organización flexibles, con una dinámica empresarial impredecible, y con alto nivel de dependencia interno y externo (Amalia y Ortiz, 2008). También, las pequeñas y medianas empresas se definen como organizaciones que impactan el crecimiento económico, el empleo, la competitividad y el dinamismo de la propia economía de un país (Banco Interamericano para el Desarrollo, 2000).

En México, de acuerdo con la Secretaría de Economía (DOF, 2009), establece una estratificación de empresas, la cual se basa en el número de empleados y monto de ingresos anuales, de conformidad con los siguientes criterios (Tabla 1):

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Tabla 1. Estratificación de las Pymes.
 Fuente: DOF (2009)

En el caso particular de México, las Pymes generan 52% del PIB y 72% del empleo (Pavón, 2010), se caracterizan por una alta tasa de mortalidad, aún en los países industrializados, y acorde a la de Secretaría de Economía (2009), muchas Pymes no logran consolidarse o desarrollarse como se pudiera esperar de ellas y su tasa de éxito se encuentra aún debajo de la media mundial con valores alrededor de 25, 30% y 40%. Asimismo, de acuerdo al Censo Económico del INEGI (2010), las unidades económicas de tamaño micro, pequeño y mediano en diez años (1999-2009) crecieron 81%, pero su contribución al PIB nacional bajó 7.3%, es decir, de 42 a 34.7% en dicho lapso.

En el caso particular de la Pyme tamaulipeca según Manuel Verdugo, Subsecretario de Fomento Comercial e Industrial de la Sedet (Zertuche, 2012), en Tamaulipas sólo el 10% de las Pymes que son creadas sobreviven en sus negocios, un 60% cierra el primer año y del 40% restante de las empresas que nacen bajo estos esquemas, un 30% no dura más de cinco años en un establecimiento. Estos porcentajes son equiparables a nivel nacional con lo que ocurre en el mundo de las Pymes de Tamaulipas. Pues cada giro de negocio tiene un periodo de vida distinto, lo que está muy relacionado al crecimiento de la competencia.

Asimismo señala que los problemas que enfrentan las Pymes es la falta de información oportuna sobre los instrumentos disponibles para afianzar los negocios, y proporciona como ejemplo los recursos financieros de la Secretaría de Economía, que fueron retornados a la Federación (Gobierno) por falta de promoción. Entre los retos que deben enfrentar las Pymes, el crédito juega un papel muy importante sin que esto quiera decir que todas lo necesiten, pero siempre, en algún momento de su camino hacia el crecimiento, se tiene la necesidad de solicitar dinero prestado.

2.2. Factores Críticos de Éxito de las Pymes

El concepto factor clave de éxito apareció sugerido en la literatura administrativa en los inicios de la década de 1960, en el artículo del Doctor Ronald Daniel titulado "Management Information Crisis" (1961). Fue mencionado por primera vez por Daniel (1961), quien sostenía la necesidad de eliminar temas que no estuvieran directamente relacionados con el éxito de una organización y así conformar sistemas de información eficientes que ayudarán a los directivos en la planificación y gestión de las organizaciones.

Por su parte, Rockart (1979) define los FCE de la siguiente forma: son, para cualquier negocio, un número limitado de áreas en las que los resultados, si éstos son satisfactorios, garantizarán un rendimiento competitivo exitoso para la organización. Estas son áreas principales donde las cosas deben ir bien para que el negocio florezca: si los resultados en dichas áreas no son los adecuados, los esfuerzos de la organización, para ese período, no estarán definidos y los objetivos de gestión no podrán ser alcanzados. Grant (1996), definen a los factores críticos de éxito como los elementos que hacen que una empresa sea exitosa.

Por otro lado, Eberhagen y Naseroladl (1992) definen a los factores críticos de éxito como ñaquellas pocas variables que afectan a un administrador para alcanzar sus metas en su actual o futuras áreas de actividadö. Los factores más importantes relacionados con el éxito son aquéllos que están relacionados con los objetivos y metas de la compañía (Pollalis y Grant, 1994). Asimismo, los FCE son los recursos, habilidades y atributos de una organización que son esenciales para tener éxito en el mercado (Lynch, 2003). Y cuyas características del producto son altamente valorados por un grupo de clientes y en las que, por lo tanto, la organización debe de tener éxito para superar a los competidores (Johnson y Scholes, 2002). A continuación se presentan s los FCE que son más mencionados por investigadores y practicantes:

2.3. Competencia

El concepto de competencia busca por un lado, una mayor exactitud en las predicción es que se hacen sobre el rendimiento futuro de las personas y su trabajo; y por otro, una mayor validez aparente en las técnicas e instrumentos de evaluación, es como se llega a la adopción del concepto de competencia en el mundo empresarial (Armenteros et al., 2008).

Las tendencias mundiales se dirigen hacia el comercio electrónico, sin embargo las PYMES adolecen de tecnología adecuada para enfrentar esta situación y a la competencia misma, por lo cual requieren liderazgo en TI, pensar en un sistema de negocios, planeación de las TI y hacer que la TI trabaje (Ashurst et al., 2012).

2.4. Financiamiento

Aguirre (1992) define al financiamiento como la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines. Hernández (2005), señala que las fuentes de financiamiento se pueden clasificar de acuerdo a su nivel de exigibilidad en corto, mediano y largo plazo, o según su procedencia, interno o externo.

La provisión de financiamiento eficiente y efectivo a sido reconocida como factor clave para asegurar que aquellas firmas con potencial de crecimiento para puedan expandirse y ser más competitivas (Elosegui et al., 2007; Yoguel, 1999). Si se comparan las fuentes de financiamiento disponibles para las empresas grandes versus las Pymes, aunque los proveedores son también la principal fuente de financiamiento para éstas (82.6%), los recursos provenientes de la banca comercial son el 42.7%, contra el 24.2% en el caso de las Pymes (Banco de México, 2013).

Pavón (2010), define las fuentes de financiamiento más utilizadas por las Pymes:

1. Fuentes de financiamiento externas: (a. Proveedores, acreedores. (b. Pasivos negociados de corto plazo.
2. Fuentes auto generadoras de recursos: (a. Utilidades de operación. (b. Reservas de capital.
3. Pasivos negociados con la banca de desarrollo.

2.5. Innovación

La innovación es la introducción en el mercado de un producto o proceso nuevo o significativamente mejorado o el desarrollo de nuevas técnicas de organización y comercialización como lo define la OCDE y EUROSTAT (2005). En cambio Escorsa y Valls (2003), la definen como idea nueva hecha realidad o llevada a la práctica; explotación con éxito de nuevas ideas.

Teniendo la introducción de algo nuevo con el propósito de generar un cambio grande, radical como lo puntualiza Davenport (1996). Para Shumpeter (1934) es la introducción de un nuevo bien o método, cambio en la calidad, apertura de un nuevo mercado, creación de una nueva organización. Según (Jiménez et al., 2012), la innovación es una de las variables más representativas de la orientación emprendedora.

Por tal motivo, Méndez (2002) afirma que la innovación òse ha convertido, durante la última década, en un concepto de uso cada vez más frecuente en todo tipo de ámbitos, consolidándose la idea de que un esfuerzo de innovación sostenido resulta ser un factor clave para mejorar la competitividad de las empresas y favorecer un desarrollo en los territorios.

Drucker (2002) identifica la innovación como una òherramienta específica de los empresariosö que permite generar cambios y explotar oportunidades de negocio para crear un valor económico que, hasta el momento, no ha existido. Lo anterior no significa que otros aspectos no sean importantes pues bien como describe Afuah (1999) la innovación òse basa en el conocimiento organizativo existenteö.

2.6. Planeación estratégica.

La planeación estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro. Debe destacarse, que la planificación estratégica es considerada más que un mecanismo para elaborar planes, como un proceso de largo plazo, que debe ser conducido por un pensamiento estratégico, basado en un sistema gerencial inspirado en una cultura estratégica (Serna, 2002).

La planeación estratégica es un proceso intrincado y complejo que lleva a cualquier organización a terrenos desconocidos. No da una receta para el éxito lista para usarse; más bien, constituye un recorrido para la organización y le ofrece un marco a tratar de responder preguntas y resolver problemas. Se utiliza para tener control de las decisiones y recursos en la organización. (Fred, 2008).

2.7. Recursos humanos

En términos de Moreno y Rico (2002), las personas son las únicas capaces de conjugar formación, experiencia, creatividad, trabajo en equipo e información para obtener elementos diferenciadores relevantes. Son las que, con algo de suerte, dan nacimiento a activos intangibles, que se incrustan tanto en la cultura, los procesos, actividades y sistemas, como en los productos y servicios que vende la empresa.

Georgiadis y Pitelis (2012) encontraron que las Pymes más productivas son las que están manejadas por los emprendedores con más experiencia. Asimismo, determinaron que las Pymes

más rentables combinaron su fuerza de trabajo (recursos humanos) con el trabajo realizado en base a la TI, junto con la calidad del servicio y la atención al cliente.

2.8. Tecnología

La tecnología puede ser definida como la aplicación práctica del conocimiento científico y del ingenio humano para el desarrollo o aplicación de productos, procesos, sistemas y servicios (De la Rica y Arbonies, 2003). Morita y Sony (1990), la ven como un conocimiento organizado para fines de producción, que se encuentra incorporado a la fuerza de trabajo (habilidades).

Por ejemplo, en un estudio hecho en Korea, Lee (2013) encontró que la cooperación y asociación de Pymes son determinantes para la comercialización, en la cual la tecnología juega un rol crucial.

3. Metodología

La obtención del trabajo empírico se realiza en Ciudad Victoria, Capital del estado Mexicano de Tamaulipas, abarcando las Pymes del sector comercial, industrial y de servicios. Esta investigación se realizará bajo el enfoque cualitativo donde se buscará determinar, cuáles son los principales factores de éxito que permiten que las Pymes de Ciudad Victoria permanezcan en el mercado. Se utilizó un tipo de diseño transversal.

El diseño de esta investigación será no experimental, ya que se abordaron a los sujetos gerentes de las Pymes en su ambiente natural, sin manipular o provocar sus comportamientos para posteriormente analizarlos. Es importante señalar que se tratará de un estudio descriptivo y exploratorio, pues en primera instancia se busca descubrir la situación que actualmente se enfrentan las Pymes para poder lograr sobrevivir en el mercado. Asimismo se pretende medir el

grado en que los factores de éxito influyen para que sean Pymes exitosas, y poder lograr dar respuestas a las interrogantes planteadas y comprobar las hipótesis de investigación, con el fin de alcanzar los objetivos del estudio (Hernández et al., 2008). También se pretende utilizar la opinión por expertos que permitirá identificar los factores de éxito más significativos que representan relación directa con la permanencia de las Pymes en el mercado.

Asimismo, es importante aclarar que este trabajo forma parte de un proyecto más amplio que se encuentra en desarrollo, de tal suerte que los ítems que componen el instrumento, fueron obtenidos de la revisión de la literatura y de aportaciones de investigadores expertos, de tal forma que dicho instrumento se encuentra estructurado de 18 preguntas generales, segmentadas por 3 preguntas por cada factor crítico de éxito identificado en el capítulo de revisión de la literatura. Para la validación del cuestionario se recurrió a 2 expertos para que realizaran la revisión e hicieran las observaciones pertinentes. La aplicación de los cuestionarios se realizó en forma presencial con los gerentes que se tenía contacto dentro de las Pyme. Se aplicó a 3 Pymes de Ciudad Victoria, segmentadas por una encuesta por cada sector incluyendo el sector industrial comercial y de servicio.

4. Resultados

Los datos obtenidos muestran que las 3 empresas encuestadas no dan seguimiento a la información que puedan emplear como recursos para poderse posicionar como líderes en el mercado en base algún producto o proceso, y puedan posicionarse como empresa con alta competencia frente a las demás. Asimismo las 3 empresas encuestadas argumentan que se encuentran financiadas tradicionalmente, mediante créditos bancarios, proveedores y clientes, los

plazos a los que se financian es a corto plazo ya que la tasas de interés son más bajas que las tasas de largo plazo, lo que da una mayor flexibilidad en la gestión de operación de sus negocios.

De igual manera al realizarse el análisis en cuanto a la innovación que realizan las empresas, se pudo detectar que 1 de las 3 empresas realiza innovación en sus procesos para poder responder a las oportunidades que se le presentan en el mercado. Asimismo se puede afirmar que las 3 empresas brindan capacitación permanente al recurso humano con los que cuenta.

También en el análisis se pudo detectar que las 3 empresas realizan planeaciones estratégicas, ya que consideran primordial proyectar sus metas a futuro, de acuerdo a su principal objetivo que es el generar utilidades en tiempo real, y seguir posicionadas en el mercado y poder brindar la satisfacción necesaria a sus clientes.

Y por último se pudo observar que 2 de las 3 empresas encuestadas, no cuentan con tecnología base instalada y adecuación sistemática a las nuevas realidades tecnológicas, ya que solo utilizan programas informáticos cuando la competencia lo realiza y ven que se han obtenido excelente resultados en la automatización de sus procesos y actividades.

5. Conclusiones

Las pequeñas y medianas empresas se caracterizan por ser unidades económicas fundamentales para la economía del país. En esta investigación se pudo identificar que el principal factor de éxito que influye positivamente para que las Pymes permanezcan en el mercado, es la planeación estratégica, ya que de este proceso surgen las Pymes, y al estar establecidas siguen la misma planeación es decir planean sus procesos de operación, seleccionan específicamente a sus proveedores, dan un seguimiento de calidad al inventario, así mismo los empresarios tienen la

libertad para tomar decisiones estratégicas respecto a sus proveedores, clientes y a la competencia.

En la planeación estratégica es donde la empresa plantea la infraestructura, los costos, logística y el personal necesario para la puesta en marcha del negocio. De tal forma que se puedan identificar los posibles riesgos y formas de superarlos durante la ejecución del proyecto. Sin embargo, la retroalimentación y el refinamiento de la planeación no puede continuar de manera indefinida y debe establecerse un criterio para dar por terminado el plan.

De igual manera en este estudio se pudo encontrar otro factor que influye positivamente que es el recurso humano con el que cuentan, es decir al rodearse de personal de capacitado, se aumenta la productividad y calidad del trabajo que el personal desempeña, así como aumenta la rentabilidad de la empresa.

En base a los resultados obtenidos se pudo determinar que el factor de éxito que influye negativamente para que las Pymes no permanezcan en el mercado, es la falta de recursos económicos, ya que las organizaciones no pueden invertir en tecnología para poder mejorar los equipos, innovar sus productos o procesos, o contratar personal especializado para el desarrollo de las actividades específicas, debido a que las empresas no pueden absorber sueldos competitivos, gastos de capacitación y actualización del personal que se originan, para poder tener un personal competente y especializado.

Asimismo la falta de recursos económicos trae como consecuencia que las organizaciones no puedan afrontar las obligaciones a corto plazo, como lo son enfrentar el pago de impuestos, pago de deudas con sus proveedores, absorber costos y gastos que se generan al desarrollar sus

actividades cotidianas las cuales al no poder solventarlas recurre al endeudamiento en entidades financieras.

La finalidad de las Pymes está orientada hacia el cliente y el mercado, lo cual pone de manifiesto la importancia que tiene el prestar gran atención o analizar constantemente las inversiones que realiza en innovaciones, en procesos y productos, que permita solventar las necesidades exigibles de los clientes y que conozcan que estas mejoras se logran teniendo una capacidad financiera que se ve relacionada como un factor de éxito significativo que permite que las empresas que quieran ser exitosas y poseer ventajas competitivas frente a la competencia.

6. Bibliografía

Afuah, A. (1999). *La dinámica de la innovación organizacional: el nuevo concepto para lograr ventajas competitivas y rentabilidad*. México: Oxford University, pp. 496.

Aguirre A. (1992). *Fundamentos de Economía y Administración de Empresas*. Primera Edición. Editorial Pirámide, México.

Al-Mahrouq, M. (2010). *Factores de Éxito de Pequeñas y Medianas Empresas (PYME): Caso de Jordania*. *Diario de Ciencias Sociales de la Universidad de Anadolu*.

Amalia, R., y Ortiz, G. (2008). El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Pensamiento y gestión*, pp. 57-194.

Andriani, C., Biasca, R., y Rodríguez, M. (2003). *Un nuevo sistema de gestión para lograr Pymes de clase mundial*. Colombia: Grupo editorial Norma.

Aragón, A. y Rubio, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las Pymes industriales en España. *Universia Business Review. Actualidad Económica*, cuarto trimestre: pp. 38-51.

Armenteros, M.; García, N., y Negrin, R. C. (2008). Innovación educativa en la formación de directivos. Experiencias desde un enfoque basado en competencias. *Journals Ingeniería Industrial . DOAJ*. 29(1), pp. 34-41.

Ashurt ,C.; P. Gragg; P. Herring (2012). *The role of IT competences in gaining value from e-business: An SME case study*. *International Small Business Journal*, 30(6), pp.640-658.

Banco de México. (2013). Evolución del Financiamiento a las Empresas durante el Trimestre Octubre-Diciembre de 2012. México, D.F.: Comunicado de Prensa.

Banco Interamericano para el Desarrollo (2000). Apoyo a la pequeña y mediana empresa. New York: Publicaciones BID.

CIPI (2003). *Información estadística sobre la situación de las Pyme en México*. Secretaría de Economía y CIPI (eds.). Observatorio de la Pequeña y Mediana Empresa en México: Información Estadística sobre la Situación de la Pyme en México.

Comisión Económica para la América latina y el Caribe (CEPAL, 2003). Avances de América Latina y el Caribe hacia el desarrollo sostenible en los temas de: asentamientos humanos, agua y saneamiento. Santiago de Chile.

Daniel, D.R. (1961). Management information crisis. *Harvard Business Review*, 39, pp. 110-121.

Danvenport, T.H. (1996). *Innovación de procesos*. Madrid: Díaz de Santos, pp.

David, F. (2008). *Conceptos de administración estratégica*. Decimoprimer edición. Editorial Pearson, Mexico.

De la Rica, R. y Arbonies, A. (2003). De la empresa jurásica a la empresa evolutiva. *Un nuevo modelo organizacional nacido de Internet y la gestión del conocimiento*. Santiago de Compostela: Editorial Tórculos.

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

Drucker, Peter (2002). *The discipline of innovation*. Harvard Business Review, Vol. 63, pp. 95-103.

Eberhagen, N., y Naseroladl, M. (1992). *Critical Success Factor a survey*. University of Váxjö.

Elosegui, P. Blanco, E. Demian, P. y Panigo (2007). El impacto asimétrico de las restricciones al financiamiento en Argentina. *Comparación por sector, tamaño y origen del capital (1995-2003)*, Buenos Aires, bcra, documento de Trabajo 2007/24, 2007.

Escorsa Castells, P. y Valls P.J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Barcelona: UPC, pp. 325.

Georgiadis, A.; Ch. Pitelis (2012). Human resources and SME performance in services: empirical evidence from the UK. *International Journal of Human Resource Management*, 23(4), pp. 808-825.

Grant, R.M. (1996). *Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Civitas, Madrid.

Hernández, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Quinta Edición. Editorial Thompson, México.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2010). *Censos económicos 2009*. Resumen general. México.

Jiménez, J., Toledo, A. y Nieto, M. (2012) El desempeño de los negocios de artesanía bajo un enfoque de orientación emprendedora. *Ciencias Administrativas Teoría y Praxis*. 1(8), pp. 5-24.

Johnson, G. y Scholes, K. (2002). *Exploring corporate strategy*. Prentice Hall, Hertfordshire.

Ketelhohn, W. (1998). What is a key success factor. *European Management Journal*. 16(3), pp. 335-340(6).

Lee, J. (2013). *A study on the effects of SME technology planning competency on the success of commercialization*. Journal of Technology Innovation, 21 (1), pp. 253-278.

López, D. (1995). *La eficiencia administrativa de las microempresas en Medellín ante la apertura económica*. Universidad de Medellín, Medellín.

Lynch, R. (2003). *Corporate Strategy*. Prentice Hall, London.

Méndez, R. (2002). Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes. En: *Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*. 28(84), pp. 63-84.

Moreno, I.; Rico, J.M. (2002). *Los activos humanos como factores de competitividad de la empresa y su tratamiento contable*. Revista Universidad EAFIT, pp. 125.

Morita, A., y Sony. (1990). *Hecho en Japón* (1ra Ed. ed.). México: Lasser Press Mexicana.

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y Oficina de Estadísticas de las Comunidades Europeas (EUROSTAT) (2005). *Manual de Oslo*. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Madrid: Tragsa, pp.188.

Páez, T. (2004). *Observatorio Pyme*. Venezuela: Ediciones Ceatpro.

Pavón, L. (2010). *Financiamiento a las microempresas y las Pymes en México (2000-2009)*. CEPAL. [Consulta: 14 feb 2015]. <http://www.cepal.org/es/publicaciones/5205-financiamiento-las-microempresas-y-las-pymes-en-mexico-2000-2009>

Pollalis, Y. y Grant, J.H. (1994). *Information resource and corporate strategy evelopment*. *Information Strategy: the executive's Journal*, 11 (1), pp. 12-17.

Raduan Che, R.; Kumar, Naresh and Li Yen, L: (2006). Factores de éxito de empresarios y Escalada de la Pequeña y Mediana Empresas en Malasia . *Revista de Ciencias Sociales*.

Rockart, J.F. (1979). Chief executives define their own data needs. *Harvard Business Review*. 57(2), pp. 81-92

Rodeiro, D. y López, M. (2007). La innovación como factor clave en la competitividad empresarial: un estudio empírico en Pymes. *Revista Galega de Economía*, 16(2), pp. 1-18

Rodríguez, A. y Martínez, L. (2006). Las múltiples caras de las empresas familiares. *Debates IESA*, 11(2): 35-38.

Salloum, C y Vigier, H. (1999). La relación bancos-Pymes. *Revista de la escuela de economía y negocios*. San Martín, Pcia. De Buenos Aires, Universidad Nacional de General San Martín

Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.

Secretaría de Economía, (2009). Programa de Desarrollo Empresarial 2007-2012. Apartado 2.3.2 Escasa formación y desarrollo de habilidades empresariales.

Serna, H (2002). *Gerencia Estratégica: Planeación y Gestión-Teoría y Metodología*. 7ma Edición. 3R Editores. Colombia.

Spillman, J. y J. Parnell (2006). Recursos de marketing y desempeño de las empresas, entre las PYME. *Diario gestión Europea*. 24, pp. 236-245.

Yoguel, G. (1999). Las restricciones exógenas: la visión de las firmas, en Yoguel y Moorikoenig (comps), Los problemas del entorno de negocios. Desarrollo competitivo de las Pymes argentinas, Los Polvorines, Pcia. De Buenos Aires, Fundes Argentina y Universidad Nacional de General Sarmiento.

Zertuche, R. (2012). Tienen corta vida 90% de Pymes en Tamaulipas. [Consulta: 25 de noviembre de 2014]. [En línea] <http://www.tamaulipas.com.mx/portal/?p=1275/>



FACTORES QUE INCIDEN EN LA PERMANENCIA DE LAS PYMES EN EL MUNICIPIO DE NAVOJOA, SONORA.

M.A. Patricia Guadalupe Clark Coronado
Universidad Estatal de Sonora, UAN
Carretera a Huatabampo Km. 5, Col. Juárez, C.P. 85874, Navojoa, Sonora
patriciagpeclark@hotmail.com
Mexicana

Dr. Luis Alberto Villareal Villareal
Universidad Autónoma de Nuevo León
Pedro de Alba s/n, San Nicolás de Los Garza, Nuevo León
luis.villarealv@uanl.mx
Mexicano

Dr. Hugo Nefthalí Padilla Torres
Universidad Estatal de Sonora
Carretera a Huatabampo Km. 5, Col. Juárez, C.P. 85874, Navojoa, Sonora
hugo.padilla@ues.mx
Mexicano

Fecha de envío: 20/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 14/Mayo/2015

RESUMEN

En el campo de las PyMEs, se han generado estudios centrados en su gestión interna y su entorno laboral abarcando muchos aspectos de la vida de las mismas en relación con las variables Clima Organizacional, Motivación y Liderazgo con el fin de su permanencia y crecimiento en las economías de los países.

Actualmente, se tiene una problemática en cuanto a la permanencia y desarrollo de las PyMEs dentro del contexto específico del municipio de Navojoa, Sonora y siendo conscientes de que el éxito de toda organización, implica un esfuerzo adicional en la gestión interna de las empresas en aspectos tales como Clima Organizacional, Motivación e Liderazgo, las PyMEs en particular requieren apoyos adicionales, tanto del gobierno como de investigaciones relacionadas con sus características particulares, para establecer y llevar a cabo estrategias de competitividad dentro del ramo y entorno en que operan. Este artículo revela piezas teóricas para el avance de la investigación doctoral.

PALABRAS CLAVE: Clima Organizacional, Motivación, Liderazgo, Permanencia, PyMEs.

INTRODUCCIÓN

La necesidad de las organizaciones de sobrevivir en los mercados globalizados ha llevado a las empresas a investigar las causas de sus principales problemas y deficiencias. En el presente artículo se presenta el avance de la investigación titulada; "Impacto del Clima Organizacional, Motivación y Liderazgo, como factores que inciden en la permanencia de las Pequeñas y Medianas Empresas del sector servicios, en el municipio de Navojoa, Sonora", mismo que se ha desarrollado considerando la importancia fundamental de estas organizaciones en las economías del mundo, donde México no es la excepción.

Las Pequeñas y Medianas Empresas (en lo sucesivo PyMEs), es el ramo más dinámico y una verdadera fuente de riqueza, de nuevos empleos, ideas y productos; representando además dentro del contexto internacional el 90% de las unidades económicas totales (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2009, en lo sucesivo INEGI).

Lo anterior, ha generado un fuerte interés por conocer la forma como estas operan, sus características particulares y los factores que contribuyen a su permanencia y competitividad a efectos de aportar conocimientos que permitan establecer estrategias efectivas, que coadyuven al éxito empresarial dentro de un entorno enmarcado en un proceso de apertura económica y globalización.

En el presente artículo se muestra el avance del marco teórico, en cuyo contenido están los antecedentes generales del tema, las diferentes teorías, modelos e investigaciones realizadas relacionadas con el desarrollo de la gestión interna de las PyMEs y las variables consideradas en este estudio, producto de la revisión de la literatura.

MARCO TEÓRICO

A finales del siglo pasado las Pequeñas y Medianas Empresas, eran por lo general ignoradas, los gobiernos pensaban que el motor de la economía se concentraba en el desarrollo de grandes compañías. Es a partir de la investigación de Birch (1989) que se demuestra que las PyMEs son los principales agentes involucrados en la producción del empleo y crecimiento económico que se presta mayor atención a las mismas.

Este artículo centra su atención en el análisis de los factores internos de las PyMEs del sector servicios, que facilitan la competitividad para sobrevivir en un entorno específico del

municipio de Navojoa, Sonora, en función de la antigüedad y desarrollo de las empresas y las variables que tienen que ver con el Clima Organizacional, Motivación y Liderazgo.

En los últimos años las PyMEs en México como en todos los países han sido el centro de atención de los investigadores, por su papel fundamental en la economía y las problemáticas que han tenido que enfrentar originadas por la globalización y la apertura económica del país, pero a pesar de la cantidad de estudios con fundamento empírico realizados, continúan necesitando apoyo que ponga de manifiesto su situación y facilite la toma de decisiones, tanto desde un punto de vista de gestión interna de la empresa, como de política local o estatal, para la aplicación de programas de apoyo (Morales y Pech, 2000).

Una problemática importante en México como en otros países es el alto índice de fracaso de las PyMEs, Marker (2013), afirma con base a datos del Centro para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial que el 10% de las MIPyMEs mexicanas llegan a los diez años de vida y logran el éxito, el 75% de las nuevas empresas del país fracasan sólo dos años después de haber iniciado sus actividades.

La importancia de apoyar a este tipo de organizaciones ha generado un gran cúmulo de estudios, conceptos y teorías por investigadores en diversas partes del mundo que tienen que ver con los factores internos y externos que les afectan en su funcionamiento y desarrollo. De tal forma que en lo que se refiere a los obstáculos más importantes para su desarrollo podemos mencionar la investigación de Domenge y Belausteguigoitia (2010) denominada *Nuevas PyMES: problemas y recomendaciones. Dirección Estratégica*, donde señala que los principales factores que impiden el desarrollo de las MIPyMES, se dividen en dos categorías: internas y externas, las cuales se muestran a continuación:

Internas:

- Excesivos gastos personales y sin control.
- Mala delegación de responsabilidades y toma de decisiones.
- Mala o falta de planeación estratégica.
- Problemas de ineficiencia en producción e inventarios.
- Problemas de ventas y de mercado.
- Sucesión y problemas entre generaciones.
- Dirección general deficiente.
- Manejo de personal y contratación deficiente.
- Problemas financieros.
- Mala o falta de capacitación de personal.

Externas:

- Excesiva tramitología y burocratización.
- Altos costos de financiamiento.
- Falta de accesibilidad a programas de financiamiento especializados en MIPyMES.
- Falta de incentivos fiscales.
- Falta compartir riesgos financieros con el emprendedor.
- Falta de ética.
- Piratería en el mercado.
- La gran competencia entre las mismas MIPyMES y Grandes Empresas

Permanencia de las PyMES.

La Real Academia Española (2001), define el término como duración firme, constancia, perseverancia, estabilidad e inmutabilidad. Aplicando este término en las empresas, alude al nacimiento o existencia de estas y la sobrevivencia en el tiempo, hasta cierto punto, la permanencia es un sinónimo o criterio de éxito (Organization for Economic Co-operation and Development, 2003, pág. 42).

En cuanto a este tema Jovanovic (1982) sugiere que la relación entre el tamaño de la empresa y la tasa de fracaso es una relación inversa, lo cual se describe con mayor precisión como una relación inversa entre la edad de la empresa y la tasa de fracaso. Explica que las empresas aprenden a ser más eficientes y competitivas cuando operan en su correspondiente

ámbito de actividad y al hacerlo tienden a aumentar su tamaño, por lo que el tamaño no tiene relación o tiene muy poca relación con su propensión al fracaso.

Atendiendo a lo mencionado anteriormente, en ese estudio se asume la permanencia como un periodo de vida de las empresas igual o mayor a diez años, debido que tienden a ser más eficientes cuanto mayor es el tiempo de actividad en su ramo y puede ser un indicador de su capacidad para acceder con éxito comercial, obtener una participación y sostenerla o incrementarla con el tiempo.

Clima Organizacional

El clima organizacional es un elemento complejo y subjetivo dentro de la cuestión de las organizaciones, pero que ha tenido una amplia presencia a lo largo de las contribuciones teóricas realizadas sobre este tema. Nace ligado tradicionalmente a las organizaciones empresariales, y precisamente la influencia sobre éstas de los rápidos cambios económicos, sociales, de comunicación e información acontecidas en los últimos, hacen necesarias nuevas investigaciones acerca de su desarrollo. Sin embargo, este concepto es tan vasto que se han propuesto varias definiciones que obedecen al desarrollo de estado del arte, el cual muestra una perspectiva muy variada, es decir, el clima organizacional se ha definido como el rumbo por el cual los miembros de las organizaciones perciben y estereotipan su medio de trabajo, o por el contrario, se ha visualizado como un aspecto muy importante que influye en aspectos de satisfacción y retención, así como la efectividad institucional (Amjad y Bhaswati, 2014, pág. 2).

Motivación

Al analizar el término motivación se debe tomar en cuenta que este proviene o emana de la palabra motivo, el cual, El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2014), define òmotivoö como òlo que mueve o tiene eficacia o virtud para moverö, o òla causa o razón que mueve a hacer algoö. Considerando que el recurso humano es un factor determinante para lograr el éxito de las organizaciones, la motivación viene siendo esencial para la productividad y logro de los objetivos organizacionales.

Dentro del campo laboral, la motivación se considera como la función del dirigente de encaminar la conducta de los trabajadores hacia el logro de las metas de la organización, sin ignorar los objetivos personales de estos.

Liderazgo

Dentro de una empresa el Liderazgo se considera un factor determinante para el éxito de la misma, sus investigaciones han sido objeto de estudio en distintas áreas del conocimiento. En los siguientes apartados se presentaran los principales enfoques, conceptos y modelos como resultado de la revisión bibliográfica de las principales aportaciones de los estudiosos sobre este tema. Al realizar un estudio de investigación, de liderazgo es necesario conocer varios conceptos de este, mismos que han sido formulados por diferentes autores quienes han coincidido en algunos rasgos comunes, por un lado, la existencia de una relación entre unas personas en las cuales la influencia está distribuida de forma desigual. Por el otro, el hecho de que no hay

liderazgo sin seguidores, es decir, los seguidores deben consentir de una forma implícita o explícita, en esta relación de influencia (Fiedler y Chemers, 1985, citados por García 2006).

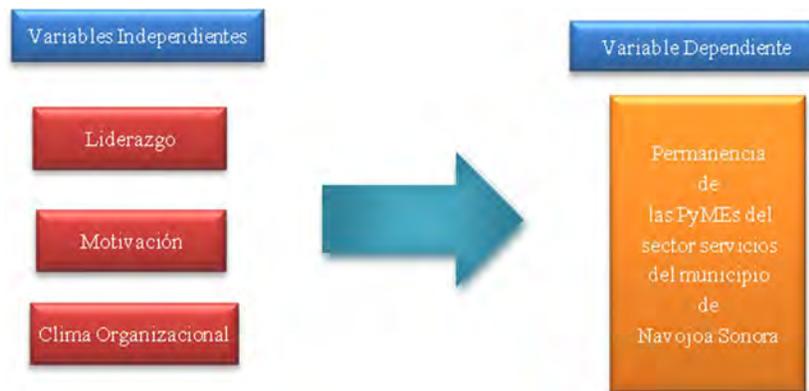
MÉTODO

El presente artículo es exploratorio y descriptivo ya que se basa en la exploración y descripción de las variables en estudio. La literatura muestra teorías con estudios descriptivos que han detectado ciertas variables en las cuales se puede fundamentar el estudio, es por eso que hemos complementado variables a medir con el fin de describir el comportamiento de ellas. La literatura nos revela que existe una o varias teorías que se pueden aplicar al problema en cuestión. El presente artículo utiliza la técnica documental para la búsqueda de información y documentos relevantes que soportan el marco teórico en forma escrita y gráfica de los científicos a través de bibliotecas, bases de datos, libros y artículos científicos publicados por las palabras claves de la investigación. La Unidad de análisis en el presente artículo son las Pequeñas y Medianas Empresas del sector servicios del municipio de Navojoa, Sonora. Según datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) de octubre de 2013 en este municipio se cuenta con el siguiente número de empresas de este sector: 168 Pequeñas Empresas (11 a 50 empleados), y 22 Empresas Medianas (51 a 100 empleados).

Hipótesis de la Investigación.

Los factores internos como el Clima Organizacional, la Motivación y el Liderazgo, impactan positivamente en la permanencia de las Pequeñas y Medianas Empresas, del Sector Servicios del Municipio de Navojoa, Sonora.

Figura 1. Esquema gráfico de la Hipótesis



Fuente: elaboración propia

RESULTADOS

Clima Organizacional

En el clima organizacional influyen diferentes variables las susceptibles de ser medidas e investigadas para determinar hasta donde influyen en el comportamiento de los individuos dentro de una organización. Según la Real Academia de Lengua Española (2001), se entiende por *dimensión* el *aspecto o la faceta de algo*. Ensiguiente tabla se presenta una recopilación de las dimensiones consideradas por distintos investigadores para medir el clima organizacional.

Tabla 1. Compendio de dimensiones del clima organizacional.

AUTORES	POSTULADOS
Halpin y Croft (1963)	Establecen como dimensiones principales las relaciones entre los docentes, el grado de compromiso y cohesión del grupo, su actitud frente a la tarea docente, y la confianza, respeto y consideración hacia el director.
Likert, (1967)	Resalta los siguientes elementos como la motivación, la comunicación, el método de mando, la toma de decisiones, la influencia y la integración, la fijación de objetivos y directrices, los procesos de control y los objetivos de resultados y de perfeccionamiento como los factores principales que influyen en el clima.
Meyer (1968)	Tiene en cuenta la conformidad, responsabilidad, normas, recompensa, claridad organizacional y espíritu de trabajo.
Schneider y Bartlett (1968)	Mencionan el apoyo proveniente de la dirección, interés por los nuevos empleados, conflicto independencia de los agentes, satisfacción y estructura organizacional.
Litwin y Stringer (1968)	Resaltan que el clima organizacional depende de seis dimensiones: la estructura, la responsabilidad individual, la remuneración, los riesgos y la toma de decisiones, el apoyo que experimentan los empleados en el trabajo, la tolerancia al conflicto.
Friedlander y Marquilies (1969)	Mencionan dimensiones como son el empeño, obstáculos o trabas, intimidad, espíritu de trabajo, actitud, acento puesto sobre la producción, confianza y consideración.
Bowers y Taylor (1970)	En la Universidad de Michigan estudiaron cinco grandes dimensiones para analizar el clima organizacional: la apertura a los cambios tecnológicos, los recursos humanos, la comunicación, la motivación y la toma de decisiones.
Payne y Mansfield (1973)	Tiene en cuenta en cuenta hasta catorce dimensiones: distancia psicológica con los líderes, cuestionamiento de la autoridad, igualdad en el trato, preocupación de la gerencia por la participación de los empleados, libertad de pensamiento, control emocional, orientación al futuro, orientación científico- técnica, orientación intelectual, flexibilidad e innovación, la centralización de la toma de decisiones, y el apoyo.
Pritchard y Karasick (1973)	Desarrollaron un instrumento de medida de clima que estuviera compuesto por once dimensiones: la autonomía de individuo, el conflicto y la cooperación, las relaciones sociales, la estructura, la remuneración, el rendimiento, la motivación, el estatus, la
Lawler et al (1974)	Tiene en cuenta la competencia, eficacia, responsabilidad, nivel práctico concreto, riesgo
Brunet (1992)	Afirma que para evaluar el clima de una organización es indispensable asegurar que el instrumento de medición comprenda por lo menos cuatro dimensiones: la autonomía individual, el grado de estructura que impone el puesto, el tipo de recompensa, y la consideración, agradecimiento y apoyo.
Hoy y Feldman (2003)	Señalan las siguientes dimensiones: la integridad institucional, la influencia del director, la consideración y el respeto, el diseño de la estructura, la asignación de recursos, la moral colectiva, la cohesión la integración y el compañerismo y el énfasis académico, cada uno de ellos asociado a un nivel (institucional, gerencial o técnico) y a un tipo de problema determinado (expresivo o instrumental).

Tabla 1. Compendio de dimensiones del clima organizacional (continuación)

Fuente: Fuente: elaboración propia en base a Aguilera, V. (2011). Liderazgo y clima de trabajo en las instituciones educativas de la Fundación Creando Futuro. [Tesis doctoral publicada] Universidad de Alcalá. Disponible en http://www.uah.es/estudios/postgrado/detalle_proyectos.asp?CdPlan=D342&expe=87&proy=1; <https://drive.google.com/file/d/0B6t3epqBZuV2SzZtRWFwVjIwS3c/view?usp=sharing>

Fuente: elaboración propia en base a Aguilera, V. (2011). Liderazgo y clima de trabajo en las instituciones educativas de la Fundación Creando Futuro. [Tesis doctoral publicada] Universidad de Alcalá. Disponible en http://www.uah.es/estudios/postgrado/detalle_proyectos.asp?CdPlan=D342&expe=87&proy=1; <https://drive.google.com/file/d/0B6t3epqBZuV2SzZtRWFwVjIwS3c/view?usp=sharing>

Varios autores han desarrollado estudios a partir de las dimensiones que conforman el clima organizacional y han creado elementos de medición a través de cuestionarios. De estos se citan González, Figueroa y González (2014), en su *estudio denominado, Influencia del liderazgo sobre el clima organizacional en PyMEs: caso catering gourmet de Durango, México*. El alcance esta investigación fueron las instalaciones de la organización. Se analizaron los factores: liderazgo, motivación, reciprocidad y participación, y su relación con el clima organizacional y obtuvieron como resultados lo siguiente: El liderazgo influye de forma directa sobre todas las dimensiones del clima y de manera más intensa en la motivación, esto en comparación con los otros factores, siendo en menor grado en la reciprocidad. Mencionan además que existe ñla percepción de un liderazgo que no satisface a los trabajadores, está dando como consecuencia una insatisfacción de los empleados y por lo tanto malos cimientos del clima organizacionalö, (González, Figueroa y González, 2014, p. 50-51, 57).

De igual manera se menciona la investigación *intitulada Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en una PyME*, realizada por Salgado, Remeseiro e Iglesias, quienes para la medición del clima utilizaron Work Environment Scale (WES) instrumento creado por Moos (1974) citado por estos autores. El cuestionario está compuesto por 90 items con respuesta dicotómica verdadero/ falso, evalúa las siguientes dimensiones del clima organizacional: Cohesión, Apoyo, Autonomía, Organización, Presión, Claridad, Control, Innovación y Comodidad. En relación con la consistencia interna de las dimensiones de la escala de clima organizacional, les resultado muy aceptable.

Enfoques del Clima Organizacional

Se han desarrollado diferentes enfoques teóricos para la definición del clima organizacional; algunos investigadores llegaron a la conclusión de que existen distintos factores que integran las características de un determinado clima, y los constructos sobre clima surgieron en base a cada uno de estos enfoques. En la siguiente tabla se hace una síntesis de cada uno de ellos en base a la información obtenida de García (2006).

Tabla 2. Enfoques del Clima Organizacional

ENFOQUE	DESCRIPCIÓN	INVESTIGADORES
El enfoque estructural	En este enfoque el clima es visto como una manifestación objetiva de la estructura organizacional. En la formación del clima los miembros de la organización estarían expuestos a las mismas características organizacionales. Como resultado de esta exposición se tienen unas percepciones similares que representan un determinado clima organizacional (Moran y Volkwein, 1992).	Representantes más influyentes de este enfoque son Guion (1973), Indik (1965), Inkson, Pugh y Hickson (1970) y Payne y Pugh (1976).
El enfoque subjetivo o perceptual	El enfoque perceptual según James, Hater, Gent y Bruni (1978) incorpora la idea de que el individuo interpreta y responde a la variables situacionales, de manera que desde el punto de vista psicológico sean significativas para el sujeto. Este enfoque no considera el clima como un conjunto de descripciones objetivas de situaciones específicas o atributos estructurales	Representantes principales de la corriente subjetivista o perceptual, tal y como consideran Moran y Volkwein (1992) son las obras de James, Hater, Gent y Bruni (1978), James y Jones (1974), Joyce y Slocum (1982; 1984) y Schneider (1983a).
enfoque interactivo o integrado	Este enfoque surge como una síntesis de los dos enfoques anteriormente expuestos. Por lo tanto, esta tercera perspectiva defiende que es la interacción entre las características de la organización y las características del individuo la que constituye un determinante del clima.	Los principales representantes de este enfoque serían Blumer (1969), Joyce y Slocum (1979), Terborg (1981), Schneider y Reichers (1983) y Poole y Mc Phee (1983).
enfoque cultural	Este enfoque pretende incorporar elementos del enfoque estructural y su consideración de las propiedades formales de la organización, del enfoque perceptual con la focalización en las características los participantes y sus procesos cognitivos y del enfoque interactivo. El enfoque cultural destaca que la cultura organizacional influye sobre el clima organizacional	Entre los principales investigadores que han desarrollado este enfoque debemos destacar a Allaire y Firsirotu (1984), Ashforth (1985) y Goodenough (1971).

Fuente: elaboración propia en base a García, G. (2006). La formación del clima Psicológico y su relación con los estilos de liderazgo. [Tesis doctoral publicada]. Universidad de Granada. Edit. Universidad de Granada. ISBN: 84-338-4176-9. Disponible en <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/1353/1/16486845.pdf>

Es así como se observa que el enfoque estructuralista hace énfasis en las características de las organizaciones que las hacen diferentes de otras y estas influyen en la actitud y comportamiento de los empleados. Basado en este enfoque se puede mencionar la definición de Hall, 1996 (citado en Cañellas, 2007), quien describe el clima es un conjunto de propiedades del ambiente laboral, percibidas directamente o indirectamente por los empleados, que se supone son una fuerza que influye en la conducta del mismo.

En el enfoque subjetivo, considera que el individuo interpreta y responde a la variables situacionales, que desde el punto de vista psicológico sean significativas para él. Por ejemplo Wather, 1993 (Citado en Cañellas, 2007) define el clima organizacional como las percepciones que el individuo tiene de la organización donde trabaja y la opinión que se haya formado de ella en términos de autonomía, estructura, recompensa y apertura.

Con referencia al Enfoque de Interactivo o Integrado, se retoma tanto el Estructuralista como el Subjetivo de tal forma que considera tanto los efectos subjetivos de la percepción de los trabajadores en cuanto a las características de la organización como los factores ambientales relevantes como creencias, valores y motivación de las personas

En base a lo anterior se puede observar que este que el Enfoque Integrador resulta muy beneficioso al estudiar a las organizaciones ya que características objetivas de una organización y la percepción que de ella tengan sus trabajadores está muy relacionado a la productividad laboral. Además permite obtener una mayor cantidad de datos que aclaren con mayor seguridad las condiciones del clima dentro de la organización.

AUTOR	CONCEPTO
Reeve, (1994)	La búsqueda de las condiciones antecedentes al comportamiento energizado y dirigido.
Robbins, (1994)	Define la motivación laboral como la voluntad para hacer un gran esfuerzo por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal.
Delgado, (1998)	Motivación es el proceso mediante el cual las personas, al realizar una determinada actividad, deciden desarrollar unos esfuerzos encaminados a la consecución de ciertas metas y objetivos a fin de satisfacer algún tipo de necesidad y/o expectativa, y de cuya mayor o menor satisfacción va a depender el esfuerzo que decidan aplicar en acciones futuras.
Bateman, (1999)	La motivación es el conjunto de fuerzas que llenan de energía, dirigen y sostienen los esfuerzos de una persona.
Roussel, (2000)	La motivación es una característica de la psicología humana que contribuye al grado de compromiso de la persona; es un proceso que ocasiona, activa, orienta, dinamiza y

Motivación Dentro del campo laboral, la motivación se considera como la función del dirigente de encaminar la conducta de los trabajadores hacia el logro de las metas de la organización, sin ignorar los objetivos personales de estos. La siguiente tabla se muestra conceptos de varios investigadores sobre el tema:

Tabla 3. Conceptos de Motivación

	mantiene el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados.
Robbins, (2004)	Procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo para conseguir una meta.
Espada, (2006)	Es un factor emocional básico para el ser humano y para cualquier profesional, estar motivado significa realizar las tareas cotidianas sin apatía y sin un sobreesfuerzo adicional; aunque para unos el trabajo o las actividades de todo orden pueden representar una carga, para otros es un acicate, un revulsivo y a veces una liberación.

La motivación, según Espada (2006), es un factor emocional básico para el ser humano y para cualquier profesional, significa realizar las tareas cotidianas con entusiasmo y sin un sobreesfuerzo adicional; aunque muchas personas su trabajo puede representar una carga, para otros es un incentivo.

Esta definición se considera relevante ya que menciona claramente el factor emocional de la Motivación y como puede ser tomada de forma distinta dependiendo de las circunstancias emocionales de cada persona.

Clasificación de las teorías de Motivación

Existe una gran diversidad de teorías y criterios para la clasificación de las teorías de la motivación; una de las clasificaciones más utilizadas por los estudiosos del tema es la establecida por Campbell et al. (1970) que hace una distinción entre las llamadas teorías de contenido y las teorías de proceso (Campbell et al. 1970, citado por Navarro, 2008), la cual se considera apta para esta investigación. En la siguiente tabla se hace un compendio de estas teorías:

Teorías de contenido. Estas teorías analizan qué elementos o factores motivan a las personas a trabajar.

Tabla 4. Teorías de contenido.

TEORÍA	POSTULACIÓN
La jerarquía de las necesidades de Maslow (1954)	1) Cada persona tiene una jerarquía de cinco necesidades: a) Fisiológicas: como alimento, agua, temperatura adecuada, sexo, vivienda etc. b) De seguridad: como estabilidad personal, ausencia de amenazas, etc. c) Sociales: como amistad, afecto, vinculación social, interacción, amor, etc. d) Estima: tanto autoestima, como posición, reconocimiento externo. e) Autorrealización: como llegar a ser lo que es capaz de ser de forma continuada. 2) Cuando una de estas necesidades está notable aunque no plenamente satisfecha, deja de motivar, y será la siguiente más elevada de la jerarquía la que motive. 3) Pero no entrará en juego una necesidad superior en tanto no esté ampliamente satisfecha la inmediatamente inferior.
Teoría X-Y de McGregor (1960)	Teoría X: 1) A los empleados inherentemente les disgusta trabajar y, siempre que sea posible, tratarán de evitarlo. 2) Ya que les disgusta trabajar, deben ser reprimidos, controlados o amenazados con castigos para lograr las metas. 3) Los empleados evitarán responsabilidades y buscarán dirección formal siempre que sea posible. 4) La mayoría de los trabajadores coloca la seguridad por encima de todos los demás factores asociados con el trabajo y mostrarán muy poca ambición. Teoría Y: 1) Los empleados pueden percibir el trabajo tan natural como descansar o jugar. 2) La gente ejercitará la autodirección y el autocontrol si están comprometidos con sus objetivos. 3) La persona promedio puede aprender a aceptar, aun buscar, la responsabilidad. 4) La habilidad de tomar decisiones innovadoras se halla ampliamente dispersa en toda la población y no es patrimonio exclusivo de aquellos que tienen puestos gerenciales.
Teoría bifactorial de Herzberg (1959). También llamada teoría de la motivación-higiene	El factor satisfacción-no satisfacción está influenciado por los factores intrínsecos o motivadores del trabajo como el éxito, el reconocimiento, la responsabilidad, la promoción y el trabajo en sí mismo. 2) El factor insatisfacción-no insatisfacción depende de los factores extrínsecos, de higiene o ergonómicos, que no son motivadores en si mismos, pero reducen la insatisfacción. Entre estos factores están la política de la organización, la dirección, la supervisión, las relaciones interpersonales, las condiciones de trabajo o los salarios.
Teorías de las motivaciones sociales de McClelland (1951,1961)	1) De logro: afán de alcanzar el éxito, evitar el fracaso y realizarse según un modelo. 2) De poder: necesidad de influir sobre los demás y ejercer control sobre ellos. 3) De afiliación: necesidad de tener relaciones interpersonales afectivas.
Teoría ERC de Alderfer	Clayton Alderfer, realizó una revisión de las necesidades de Maslow con el fin de

Tabla 4. Teorías de contenido (continuación)

Fuente: elaboración propia en base a Ramírez, R., Abreu, Q. y Badii, M. (2008). La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: caso empresa manufacturera de tubería de acero. Daena: International Journal of Good Conscience. 3(1), p. 143-185. ISSN- 1870-557X. Disponible en [http://www.spenitainmexico.org/v3-11/P3\(1\)%20143-185.pdf](http://www.spenitainmexico.org/v3-11/P3(1)%20143-185.pdf)

(1969, 1972)	<p>superar algunas de sus debilidades, y estimó que existía una jerarquía con tres grandes niveles de necesidades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Necesidades de existencia (E): incluyen las fisiológicas y de seguridad. 2) Necesidades de relación (R): incluyen las sociales y de reconocimiento externo. 3) Necesidades de crecimiento (C): incluyen las de autorrealización y autoestima.
--------------	---

Teorías de Proceso. Estas teorías se centran en aspectos cognitivos de la motivación en cuanto ésta es fruto de la percepción y evaluación anticipada de una serie de variables del ámbito laboral.

Tabla 5. Teorías de proceso

TEORÍA	POSTULACIÓN
Teoría de Path-Goal de Georgopoulos, Mahoney y Jones (1957).	Es la primera versión de estas teorías. Sus autores postulan que el rendimiento laboral aumenta si se percibe como un medio (path) para conseguir objetivos personales (goal), y, así mismo, el rendimiento laboral desciende si no se percibe como medio para lograr esos objetivos.
Teoría Vie de Vroom (1964).	<p>El nombre de VIE responde a las iniciales de sus conceptos básicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Valencia: valor que para la persona tiene el resultado de su acción. 2) Instrumentalidad: anticipación subjetiva acerca sobre la probabilidad de que un resultado (primer nivel), por ejemplo el rendimiento laboral, le sirve para obtener otro resultado de segundo nivel. 3) Expectativa: probabilidad de que cierto esfuerzo conduzca a cierto resultado de primer nivel.
Teoría de la equidad de Adams (1963, 1965)	<p>Existe una importante función que cumple la equidad en la motivación. Regularmente, los empleados comparan lo que aportan al trabajo (esfuerzo, competencias, experiencia, educación) y sus resultados (salario, aumento, beneficios) con los de sus compañeros. Si la relación es considerada equivalente, se considera la presencia de un estado de equidad</p> <p>Tabla 5. Teorías de proceso (continuación)</p> <p>Fuente: elaboración propia en base a Ramírez, R., Abreu, Q. y Badii, M. (2008). La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: caso empresa manufacturera de tubería de acero. Daena: International Journal of Good Conscience, 3(1), p. 143-185. ISSN: 1870-557X. Disponible en http://www.spentamexico.org/v3-n1/3(1)%20143-185.pdf</p>
Teoría de la finalidad o de las metas de Locke (1968, 1969)	<p>Para el autor de esta teoría las personas deciden conscientemente unas metas y esta decisión es un elemento central de la motivación laboral. . Al analizar las relaciones entre las metas propuestas y el nivel de ejecución los investigadores de esta teoría han concluido que llevan a un mejor rendimiento:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) las metas concretas que las inespecíficas 2) las metas difíciles, una vez aceptadas, que las fáciles y 3) la existencia de retroalimentación, sobre todo si esta generada por la propia persona, que su ausencia.

Fuente: elaboración propia en base a Ramírez, R., Abreu, Q. y Badii, M. (2008). La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: caso empresa manufacturera de tubería de acero. Daena: International Journal of Good Conscience, 3(1), p. 143-185. ISSN: 1870-557X. Disponible en [http://www.spentamexico.org/v3-n1/3\(1\)%20143-185.pdf](http://www.spentamexico.org/v3-n1/3(1)%20143-185.pdf)

Liderazgo

Al realizar un estudio de investigación, de liderazgo es necesario conocer varios conceptos de este, mismos que han sido formulados por diferentes autores quienes han coincidido en algunos rasgos comunes:

- Por un lado, la existencia de una relación entre unas personas en las cuales la influencia está distribuida de forma desigual.
- Por el otro, el hecho de que no hay liderazgo sin seguidores, es decir, los seguidores deben consentir de una forma implícita o explícita, en esta relación de influencia (Fiedler y Chemers, 1985, citados por García 2006).

En la siguiente tabla, se presenta un compendio de los principales conceptos encontrados

Tabla 6. Conceptos de Liderazgo

AUTOR	POSTULADOS
(Stogdill, 1974; Shaw, 1971; La Monica, 1994; Lindgren, 1990).	Todo proceso de investigación requiere una definición inicial que posea el alcance más completo posible en relación con el objeto de estudio. Tras la revisión bibliográfica se puede comprobar que existen múltiples definiciones de liderazgo formuladas por cada uno de los autores que lo han estudiado.
(Stogdill, 1948).	El liderazgo es el proceso de influir en las actividades del grupo encaminadas a establecer y alcanzar metas.
(Terry, 1960).	El liderazgo es la actividad de influir en la gente para que se empeñe de buena gana en los objetivos del grupo.
(Koontz y O'Donnell, 1959).	El liderazgo consiste en influir en la gente para que se una en la obtención de cierta meta común.
Katz y Kahn (1977)	El concepto de liderazgo, desde el punto de vista de las Ciencias Sociales, tiene tres características, que incluyen las propias cualidades del líder, la posición adoptada por el mismo y una serie de conductas determinadas.
Weschler y Massarik (1959)	Influencia personal ejercida en una situación y dirigida ó mediante el proceso de comunicación- a conseguir unao varias metas particulares.
Hersey, Blanchard y Johnson (1998):	El liderazgo es el proceso de influir en las actividades de un individuo o grupo en los esfuerzos por alcanzar una meta en cierta situación.

Fuente: elaboración propia en base a García, G. (2006). La formación del clima Psicológico y su relación con los estilos de liderazgo. [Tesis doctoral publicada]. Universidad de Granada. Edit. Universidad de Granada. ISBN: 84-338-4176-9. Disponible en <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/1353/1/16486845.pdf>

Al definir el liderazgo no debe aplicarse solo a un tipo de empresa, ya que este se da siempre que hay un grupo de individuos y alguien que quiere dirigirlos, lo importante es que al ir realizando alguna investigación al respecto se puede ir adoptando la definición que más se ajuste de acuerdo a lo que se pretende demostrar.

Teorías de liderazgo

(García 2006) menciona que todos los estudios teóricos sobre el liderazgo tienen en cuenta esta clasificación de las distintas teorías: a) Teorías que se centran en las cualidades que tiene o debe tener el líder; son las llamadas teorías basadas en los rasgos. b) Teorías del liderazgo centrados

Tabla 7. Estudios centrados las diferentes teorías de liderazgo

compendio de diferentes estudios centrados en cada una de estas teorías (pág. 106).

ESTUDIOS	AUTORES
Estudios de liderazgo enfocados en las Teorías basadas en los rasgos.	
Los líderes tienen unas características propias que los distinguen de los demás.	(Sánchez Santa-Bárbara, 1998)
Se pidió a los profesores que describieran las cualidades de los alumnos líderes en los recreos, es un trabajo clásico como referencia de este tipo de estudios.	Terman (1904),
La investigación destacó que en anteriores revisiones no se había tenido en cuenta la personalidad de los líderes, y destacó en ellos las características de actividad, inteligencia, dominancia, confianza en sí mismo, motivación de logro y habilidades interpersonales.	Stogdill (1974)
Muchas de las características enumeradas no eran rasgos sino habilidades.	Yukl (1981)
Estudios de liderazgo centradas en la conducta del líder	
Observar cómo interactúan las personas en grupos pequeños para resolver un problema. El autor identificó tres diferentes tipos de conductas: socio-emocionales positivas, socio-emocionales negativas y socio-operativas	(Bales 1950)
Con este estudio se sugería la existencia de dos tipos de líderes: los líderes socio-emocionales y los líderes de tarea. Los primeros iniciaban antes las conductas	(Bales y Slater 1955)

Tabla 7. Estudios centrados las diferentes teorías de liderazgo (continuación)

socioemocional positivas y de intercambio de información. Los líderes orientados a la tarea iniciaban antes conductas de tarea.	
El estilo de liderazgo centrado en la producción obtiene mejores resultados a corto plazo y el estilo de liderazgo centrado en las personas obtiene mejores resultados a largo plazo. Es posible que los subordinados no consideren negativo el estilo de liderazgo centrado en la producción (puesto que en otras situaciones el líder tenía conductas centradas en las personas) y no se produce el efecto negativo sobre la conducta del grupo	(Weinert, 1985).
Los estilos centrados en los empleados obtenían unos mejores resultados que los gerentes centrados en la producción	(Likert 1961)
Fuente: elaboración propia en base a García, G. (2006). La formación del clima Psicológico y su relación con los estilos de liderazgo. [Tesis doctoral publicada]. Universidad de Granada. Edit. Universidad de Granada. ISBN: 84-338-4176-9. Disponible en http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/1353/1/16486845.pdf	
conducta de iniciación de estructura	1990).
Identificaron dos tipos diferentes de líderes: Los orientados a la producción. Serían los que organizan y definen las tareas para la consecución de los objetivos, mientras para ellos las necesidades de los subordinados resultarían un tema intrascendente. Los orientados a las personas. En su caso, las decisiones son compartidas, y consideran importantes las necesidades y el desarrollo individual de cada empleado.	(Katz, MacCoby y Morse 1950 y Likert 1961).
No existe un estilo óptimo de liderazgo, en sí mismo, sino en dependencia de otras variables situacionales.	(Hersey y Blanchard,1992).
Identificaron dos tipos diferentes de líderes: Los orientados a la producción. Serían los que organizan y definen las tareas para la consecución de los objetivos, mientras para ellos las necesidades de los subordinados resultarían un tema intrascendente. Los orientados a las personas. En su caso, las decisiones son compartidas, y consideran importantes las necesidades y el desarrollo individual de cada empleado.	(Katz, MacCoby y Morse 1950 y Likert 1961).
No existe un estilo óptimo de liderazgo, en sí mismo, sino en dependencia de otras variables situacionales.	(Hersey y Blanchard,1992).
Estudios basados en la teorías situacionales de liderazgo	
La eficacia del líder derivaba de las condiciones de la situación.	(García 2006)

Modelos de liderazgo

Las teorías que anteriormente se han mencionado son las que han dado lugar a para el desarrollo de ciertos modelos, con la intención de incrementar la eficacia y eficiencia del liderazgo, hay que destacar que para que estos modelos arrojen el resultado esperado se ha incorporado la variable situacional (García, 2006). A continuación se presenta una descripción de cada uno de estos modelos.

Tabla 8. Modelos de liderazgo

POSTULADO	AUTOR
<p>El modelo de contingencia de Fiedler:</p> <p>Basado tanto en las teorías de los rasgos como en las conductuales, y agregó una nueva variable: la situación, la eficacia de los distintos estilos de liderazgo va a depender de la situación, que sea favorable y esta situación de favor va a estar determinada por los siguientes elementos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Las relaciones del líder con los miembros del grupo. Esta variable probablemente es la que determina en mayor medida la influencia del líder. 2) El grado de estructuración de la tarea que debe realizar el grupo. 3) El poder y la autoridad del líder en el grupo, que está ligado con el cargo del líder y su posibilidad de administrar recompensas y castigos. 	(Fiedler y Chemers, 1985)
<p>El modelo de House y Mitchell</p> <p>En este enfoque se parte de una idea básica, a saber, lo más importante dentro del papel que debe desempeñar el líder consiste en la motivación que tienen o que alcanzan sus subordinados. House y Mitchell establecieron que el comportamiento del líder consistiría en facilitar el desarrollo de los subordinados para que éstos alcanzaran sus propias metas individuales.</p>	(House y Mitchell 1974).
<p>El modelo de Hersey y Blanchard</p> <p>Se concreta en el entorno en la situación donde se desarrolla el liderazgo. El modelo de liderazgo situacional se define en la interacción de las dos dimensiones de tarea y relaciones, junto con el nivel de preparación o madurez de los subordinados al desempeñar la tarea, función u objetivo.</p> <p>En este modelo no existe un estilo óptimo de liderazgo. Por el contrario, el estilo de liderazgo dependería de forma directa de la preparación de los propios subordinados en los que el líder pretende influir para alcanzar los objetivos perseguidos.</p> <p>Fuente: elaboración propia en base a García, G. (2006). La formación del clima Psicológico y su relación con los estilos de liderazgo. [Tesis doctoral publicada]. Universidad de Granada. Edit. Universidad de Granada. ISBN: 84-338-4176-9. Disponible en http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/1353/1/16486845.pdf</p>	(Hersey y Blanchard en 1969)

CONCLUSIONES

En base a lo revisado en el estado del arte, sobre la temática tratada en este proyecto, mismo en que se aprecia la abundancia de estudios y teorías de cada una de las variables, se pone de manifiesto como estas están relacionadas entre sí e impactan positivamente en el desarrollo y permanencia de las PyMEs.

En Sonora como en todo el país, las PyMEs presentan cuadros de baja competitividad, lo que se deriva tanto por su gestión interna como por lo complicado que suele ser obtener créditos y apoyos provenientes de los programas productivos, diseñados por los distintos niveles de gobierno.

Por lo cual es importante dentro del contexto específico de las mismas realizar estudios empíricos que den luz y contribuyan a encontrar soluciones prácticas para tratar esta problemática y fortalecer a estas organizaciones proporcionando herramientas suficientes para enfrentar los retos de una economía cada vez más globalizada.

Si bien el estudio es descriptivo, las implicaciones prácticas que propone este estudio radica en una aportación necesaria para que las PyMES del municipio de Navojoa, Sonora, tengan información suficiente para realizar de manera constante, los análisis y evaluaciones necesarios, para alcanzar el éxito. Además, tendrán la posibilidad de comprobar cómo una mejor calidad del clima organizacional, comprendida como una mayor satisfacción sus empleados, contribuye de manera directa al logro de los objetivos a mediano y largo plazo, además de establecer un marco de referencia para las PYMES que contenga las pautas de cómo debe conducirse el personal para lograr la satisfacción del cliente lo que le permitirá diseñar estrategias para optimizar el desempeño de este recurso tan importante en un tan mundo competitivo y volátil.

BIBLIOGRAFÍA

- Aarons, G. y Sawitzky, A. (2006). Organizational climate partially mediates the effect of culture on work attitudes and staff turnover in mental health services. ISSN: 0894-587X. DOI: 10.1007/s10488-006-0039-1. Vol. 33. Núm. 3. Disponible en <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1564125/pdf/nihms10918.pdf>
- Aguilera, V. (2011). Liderazgo y clima de trabajo en las instituciones educativas de la Fundación Creando Futuro. Trabajo de grado, Doctorado en Didáctica y Organización Escolar. Universidad de Alcalá. Disponible en <http://dspace.uah.es/dspace/.../Tesis%20doctoral%20V%20ctor%20Aguilera.pdf>
- Amjad, A. y Bhaswati, P. (2014). Managerial Effectiveness: a Comparative Study between Managers of Private and Public Undertakings. *European Academic Research* .Vol. II.ISSN 2286-4822. Disponible en <http://euacademic.org/UploadArticle/434.pdf>
- Birch, D. (1989). Change, innovation, and job generation. *Journal of Labor Research*. ISSN: 1936-4768. Disponible en <http://link.live.springer.com/article/10.1007/BF02685510>
- Cañellas, G., Castellanos, G., Piña, L., Yera, S., Mir, O. y Sánchez, G. (2007). Aspectos del clima organizacional en el Policlínico Universitario. *MediSur*, 5(3), pp. 79-84. Universidad de Ciencias Médicas de Cienfuegos. Disponible en <https://www.google.com.mx/#q=clima+Granda+2004+pdf>
- Domenge, R. y Belausteguigoitia, I. (2010). Nuevas PyMES: problemas y recomendaciones. Dirección Estratégica, Revista de Negocios del ITAM. Edición 33. Ciudad de México, México. Disponible en <http://direccionestrategica.itam.mx/nuevas-pymes-problemas-y-recomendaciones/>
- García, G. (2006). La formación del clima Psicológico y su relación con los estilos de liderazgo. [Tesis doctoral publicada]. Universidad de Granada. Edit. Universidad de Granada. ISBN: 84-338-4176-9. Disponible en <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/1353/1/16486845.pdf>
- González H., Figueroa G., y González P. (2014). Influencia del liderazgo sobre el clima organizacional en PyMEs: caso catering gourmet de Durango, México. *Revista Internacional Administración & Finanzas (RIAF)*, 7(2), 45-62. México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2009). *Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa: estratificación de los establecimientos. Censos Económicos*. México. ISBN:

970-13-4739-0. Disponible en

http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/comercio/micro_peque_media/Mono_Micro_peque_mediana.pdf

Jovanovic, B. (1982). Selection and the evolution of industry. *Revista Econometrica*. Vol. 50. Núm. 3. ISSN: 1468-0262. Disponible en <http://www.andrew.cmu.edu/course/88-737/dynamic/selection.pdf>

Morales, G., Pech, V. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Contaduría y Administración*. Vol. 197. 47-63. Disponible en <http://www.ejournal.unam.mx/rca/197/RCA19705.pdf>

Marker, G. (2013). Casi la mitad de las PyMEs mexicanas fracasan por una mala gestión. Disponible en <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35717/casi-la-mitad-de-las-pymes-mexicanas-fracasan-por-una-mala-gestion/>

Organization for Economic Cooperation and Development (2004). Promoting SMEs for development. 2nd OECD Conference of ministers responsible for SMEs. Estambul, Turquía. Disponible en <http://www.oecd.org/cfe/smes/31919278.pdf>

Ramírez, R., Abreu, Q. y Badii, M. (2008). La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: caso empresa manufacturera de tubería de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 3(1), p. 143-185. ISSN: 1870-557X. Disponible en [http://www.spentamexico.org/v3-n1/3\(1\)%20143-185.pdf](http://www.spentamexico.org/v3-n1/3(1)%20143-185.pdf)

Salgado, J., Remeseiro C. y Iglesias, M. (1996). Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en una PyME. *Psicothema*. 8 (2). pp. 329-335. ISSN: 0214-9915 Disponible en <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=31>



EL OUTSOURCING COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA PARA LA PYME SOCIAL EN ECONOMIAS EMERGENTES

Lena Catalina Ortiz Chavarría

Universidad Autónoma de Nuevo León

*Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria
San Nicolás de los Garza, Nuevo León, C.P. 66451
México*

lenaortiz2004@yahoo.com

Nacionalidad Mexicana

Fecha de envío: 21/Abril/2015

Fecha de aceptación: 12/Mayo/2015

Resumen

En entornos de países emergentes con alta incertidumbre socioeconómica, las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) son particularmente vulnerables en términos de sustentabilidad de negocio. Más aún, las PyMEs con valor compartido (económico y social) se enfrentan a un escenario adverso en el cuál el desarrollo de ventajas competitivas se limita ante la escasez de recursos. Es por ello que se presenta el uso de la herramienta de *outsourcing* como alternativa para gestionar los procesos de soporte eficientemente mediante un tercero, mientras que se enfocan los esfuerzos hacia el robustecimiento de los procesos que generan valor agregado. Se revisará la participación de esta herramienta en las PyMEs sociales que operan en una economía emergente como la de México.

Palabras Clave: empresa social, outsourcing, sustentabilidad de negocio.

Introducción

En economías emergentes caracterizadas por entornos dinámicos en los que existe alta incertidumbre política, económica y social (Hoskisson, Eden, Lau y Wright, 2000) la sustentabilidad de negocios es particularmente compleja para las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES). Con recursos financieros limitados, dichas entidades operan con tecnología obsoleta y capital humano con habilidades limitadas, en mercados altamente competitivos (Portes y Schaufner, 1993; Tokman, 2007).

En el caso de las PyMES de naturaleza social, cuyo propósito es la utilización de habilidades y conocimientos de negocios para enfocarlos para resolver una necesidad social (Mair y Marti, 2004; Harman, 2008), el porcentaje de supervivencia se reduce aún más. Por tanto, la realización de esta investigación surge de la necesidad de encontrar alternativas que promuevan la sustentabilidad de negocios en las PyMES Sociales. En dicho sentido, se presenta la externalización de procesos, conocida como *outsourcing*, como una opción viable para el desarrollo de ventajas competitivas en el mercado.

El *outsourcing* tiene como objetivo la delegación de los procesos no medulares de la empresa a expertos que brindan el servicio de administración eficiente, impactando en la productividad organizacional. Se revisará la utilización de esta herramienta en las MIPyMES sociales, haciendo énfasis en México y algunos otros países de América Latina.

Resulta conveniente y por demás estratégico dejar las actividades técnicas de las diferentes áreas de la organización como asuntos legales, contables, administrativos y de mercadotecnia en manos de expertos externos (Henricks, 2011).

Así mismo, Henricks explica que los consultores que forman parte del *staff* prestador de servicios de *outsourcing*, cuentan con conocimientos especializados sobre nichos determinados que el dueño de la empresa quizá no podría abordar. Al delegar estos asuntos en manos de los expertos con la debida supervisión, se asegura el potencial crecimiento del negocio. Si bien es cierto que con el tiempo y la experiencia, algunas veces el emprendedor llega a dominar ciertos términos legales y financieros de su empresa, los proveedores de servicios profesionales; pueden resolverlas más rápido y de manera más efectiva (y económica). De tal forma, el emprendedor dirige sus habilidades, capacidades y energías en concentrarse en desarrollar nuevas áreas de oportunidad para su compañía.

Es de gran importancia que el emprendedor se asegure que el proveedor del servicio esté realmente interesado en saber cuáles son las metas y objetivos de la compañía. Debe ser alguien que se convierta en un socio y aliado estratégico a largo plazo. Debe tener gran habilidad para comunicarse, sin hacer uso de tecnicismos, o bien explicarlos si así resulta necesario. Debe tener gran disponibilidad para acudir a juntas cuando se le solicite, esto sirve para analizar si tiene rápida capacidad de respuesta en un caso de emergencia. Por supuesto es primordial que sea empático, ya que constantemente se discutirán asuntos muy delicados y en ocasiones hasta personales con el prestador del servicio, por lo que él debe generar una atmósfera de confianza y tranquilidad. Debe ofrecer precios justos y razonables de acuerdo a sus capacidades y experiencia. Así mismo debe contar con buenas referencias y con una lista de clientes real y comprobable.

Aunque el proveedor del servicio de *outsourcing* no sea un experto en el ramo de la empresa para la cual va a colaborar, si es esencial que sea alguien especializado en problemas de PyMES.

Es necesario confirmar que esta persona esté dispuesta y en posibilidad de resolver necesidades básicas y no sólo cuestiones de alta complejidad propias de grandes corporativos.

En el caso de México, empresas como PAKMAIL y PINTUMEX, gozan de las ventajas y beneficios de esta herramienta. (Villalobos, 2012), comenta que Pakmail ha logrado reducir su rotación laboral, minimizar la carga administrativa y proveer de mejores prestaciones a sus empleados a través del *outsourcing* de personal. Desde hacer varios años Pakmail decidió usar este servicio para el manejo de su nómina y así ofrecer mejores condiciones a su personal. Ahora la empresa registra una disminución considerable en la rotación de su plantilla laboral, además de eliminar la carga administrativa que conlleva el manejo de la nómina. Este cambio se inició a nivel corporativo y luego trascendió a sus 18 tiendas propias, posteriormente recomendaron el uso de esta herramienta al resto de los franquiciatarios que integran su red. Actualmente, gran parte de ellos hacen uso del mismo proveedor de outsourcing. La gran ventaja es que dicho proveedor, el cual administra la nómina, ya conoce y domina el perfil de los diferentes cargos de la empresa que los franquiciatarios necesitan (gerentes, administrativos, empacadores, personal operativo, etcétera), con base en el historial de las solicitudes previas. Los beneficios que ha encontrado Pakmail al ceder todas esas tareas tales como el pago de la nómina, diversas prestaciones (cajas de ahorro, vales de despensa, tarjetas de seguro de gastos médicos, etcétera), infonavit, seguro social, el pago de impuestos de los trabajadores, entre otras, es eliminar de sus actividades todas esas tareas administrativas y así destinar recursos y esfuerzos en desarrollar operaciones más estratégicas.

En todo negocio, en especial las pequeñas y medianas empresas (PyMES), recurrir a la contratación de un contador, por citar un ejemplo, significa incurrir en diversos trámites; como darse de alta ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) para obtener su registro

patronal y realizar toda una serie de diligencias ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) para pagar el impuesto sobre la nómina. Las compañías especializadas prestadoras del servicio de *outsourcing*, ya cuentan con los registros patronales necesarios.

En el caso de Pakmail, al llevar a cabo esta transición se aseguró de que se respetara la antigüedad de sus 700 empleados correspondientes a sus 150 puntos de venta.

Hablando específicamente de la empresa de *outsourcing* que le provee el servicio a Pakmail, se sabe que cuenta con nueve sucursales en total, y terceriza la nómina de sus unidades franquiciadas. De tal forma, que al vender una franquicia, se pone a disposición del franquiciatario el personal y la gestión del mismo. Un atractivo adicional para los franquiciatarios es que la tercerización se realiza a través de un pago único que es deducible de impuestos. www.evolucione-mexico.com

De igual forma, (Villalobos, 2012) menciona que la cadena de tiendas de pintura Pintumex, también se beneficia de la tercerización de la nómina liberándose también de la carga fiscal, laboral y legal relacionada con su personal, además de optimizar los tiempos de contratación.

De esta manera, Pintumex al delegar estas actividades administrativas ha permitido ofrecer mejores prestaciones al personal, aunado a que la franquicia se ha enfocado a la capacitación, promoción de sus productos y desarrollo de estrategias para elevar las ventas. La empresa familiar lleva más de 40 años en el mercado y comenzó a usar el *outsourcing* hace algunos años. Hoy, cuenta con 225 colaboradores y 22 unidades. www.pintumex.com.mx

En Colombia por ejemplo, se realizó un estudio en la ciudad de Manizales y Municipios aledaños con empresas que han implementado exitosamente la estrategia de *outsourcing*, como ventaja competitiva y diferenciadora, generando así una nueva dinámica productiva en la región. El trabajo fue realizado en 10 empresas (37,03%); de un total de 27 organizaciones, donde se

aplicaron entrevistas y encuestas dirigidas a los responsables de los procesos de tercerización. Se resalta que las organizaciones, por medio del *outsourcing*, logran enfocarse en su saber hacer, generando mayor productividad y competitividad.

Con el análisis realizado se pudo determinar que el *outsourcing* es un proceso que permite desarrollar en las empresas ventajas competitivas y participar del análisis, desarrollo y creación de vínculos especiales con los proveedores. Permite generar sinergias entre empresa proveedor para obtener beneficios significativos; se encontró que sólo en los sectores de confección y alimentos se percibe un grado de madurez mayor, lo cual ha permitido que los procesos y convenios de *outsourcing* desarrollados sean más maduros y estables. Por otra parte, la experiencia y visión de oportunidad de antiguos operarios de empresas de los sectores estudiados se convirtieron en la motivación y el punto de partida para el nacimiento de algunas empresas oferentes del servicio de maquilado, Esto posibilitó la generación de oportunidades de acceso a servicios para las empresas que requieren los servicios de *outsourcing* y, a la vez, un mercado potencial sólido para quienes ofrecen el servicio; comentan (Ovalle; Forero, 2012) realizadores de dicha investigación.

Marco Teórico

Outsourcing.

El *outsourcing* o tercerización es una herramienta de gestión que, por sus especiales características, ha llegado a las pequeñas empresas (Kamyabi; Devi, 2011), y permite ejecutar fuera de la organización procesos internos no esenciales a la firma, tales como: seguridad, administración patrimonial, servicios jurídicos, reclutamiento y servicios de información contable (Harland, 1996). Así mismo, las organizaciones tienden a concentrarse en sus actividades afines, delegando las actividades intermedias en socios estratégicos o proveedores de servicios, dependiendo de la importancia de la actividad para los resultados de las mismas (Lindermann; Hansen, 2008).

Las estrategias de tercerización disminuyen riesgos, acortan ciclos de tiempo, requieren menos inversión y crean mejores respuestas a las necesidades de los clientes (Quinn; Hilmer, 1994). El principal objetivo del uso de esta herramienta consiste en hacer énfasis en el *core competence* del negocio medular de la organización, para que los administradores de la misma puedan apoyarse de esas habilidades especiales y recursos para lograr una mayor competitividad. Dicho apalancamiento se debe al uso de las inversiones de proveedores, innovaciones y personal capacitado que serían prohibitivamente costosos o prácticamente imposibles de hacer en forma interna (Ram, Rev. Adm. Mackenzie, 2013).

De esta manera, las pequeñas y medianas empresas al hacer uso de la estrategia de tercerización dentro de un conjunto variado de alternativas, dotan a la empresa de una posición competitiva.

De acuerdo con la (International Association of Outsourcing Professionals, 2012), la práctica de la tercerización es ampliamente aceptada y usada a nivel mundial, llegando a ser un negocio de \$ 6 billones de dólares por año a nivel mundial. La mayoría de las empresas, principalmente las PyMES, se benefician mediante la tercerización de las áreas del negocio menos críticas, o en partes de sus actividades, como la gestión del pago de sueldos de su nómina de personal y por sobre todo de su contabilidad (Quinn; Hilmer, 1994).

De tal forma, el (Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores, 2007) informa que, en la Argentina, las pequeñas y medianas empresas (PyMES) constituyen el 99,5% del universo empresarial, reúnen el 39% del empleo total y participan con el 45% de las ventas totales registradas en el país. De acuerdo con la International Association of Outsourcing Professionals en el año 2011, el 56% de los encuestados usa la tercerización para incrementar su flexibilidad y alcanzar sus objetivos de negocios.

Los estudios referentes a la tercerización se han enfocado en factores económicos, basándose en conceptos de la teoría de los costos de transacción (TCT) (Rodríguez; Robaina, 2005). Al decidir sobre la tercerización, la empresa acostumbra comparar sus capacidades con las de otras empresas (Holcomb; Hitt, 2006). Así, para entender los factores que influyen en la decisión de tercerizar, deben ser considerados los conceptos de la TCT y de la visión basada en los recursos (VBR). La TCT y la VBR concluyen que aquellas funciones que no son específicas ni críticas de la empresa deben ser tercerizadas a efectos de mejorar su competitividad (Gilley; Greer; Rasheed, 2004).

Toda vez que se ha identificado el uso de la herramienta de *outsourcing* como una clara y real estrategia competitiva para la organización, principalmente para las PyMES, haremos una

revisión sobre las ventajas y beneficios de esta estrategia específicamente en el plano del emprendimiento social.

A diferencia del emprendedor orientado a los negocios, el emprendedor social está principalmente concentrado en generar un impacto social positivo y, en segundo plano, a lograr el éxito financiero. De tal forma y de acuerdo con sus objetivos, se puede definir al emprendedor social como una persona que trata de resolver un problema social con un enfoque innovador a la vez que desarrolla una actividad emprendedora.

Una de las características del emprendedor social es el deseo de crear valor en la sociedad en su conjunto (Austin et al., 2003; Mair & Martí, 2006). El emprendedor está orientado a resolver los problemas sociales que existen en su entorno. Este deseo de agregar valor y ayudar a la sociedad se refleja en lo que los investigadores han denominado la dimensión cultural de individualismo-colectivismo (Hofstede, 2001). Esta característica cultural puede definirse como el grado en que las personas de un país actúan individualmente y no como miembros de un grupo (Hofstede, 1994). En concreto, el individualismo es un marco social en el que las personas se preocupan únicamente de sí mismas y de sus familias, mientras que el colectivismo hace referencia a un contexto en el que las personas esperan que el grupo del que forman parte se preocupe por ellos y, a cambio, le ofrecen lealtad absoluta (Hofstede, 1984, p 45).

En las sociedades colectivistas, las personas se integran en grupos y los objetivos del grupo pasan a tener una relevancia superior a los de las personas individuales. En conclusión y de acuerdo con los rasgos culturales, se espera que los miembros de las culturas colectivistas estén más inclinados hacia el espíritu social. Por último, el emprendedor social tiene un compromiso con la sociedad.

En el caso de México, por ejemplo, existe una fuerte vinculación entre las necesidades del entorno que nos rodea y las intenciones de un emprendedor tradicional a convertirse en un emprendedor social. Es decir, estas necesidades funcionan como motivantes o detonadores para que una persona sienta el deseo de comprometerse con la sociedad (Caldera, 2012). Caldera González quien es Profesora investigadora de la Universidad de Guanajuato, realizó una investigación donde discute acerca del perfil de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES) en el Municipio de Celaya. El libro muestra los resultados de una investigación realizada en 2007, con una muestra de 420 MIPyMES del Municipio de Celaya. El objetivo de la investigación fue, en palabras de la autora, "el desarrollo de una base conceptual para hacer visible lo invisible (el tejido social y las representaciones en las relaciones económicas); es decir, el entramado social y cultural de las MIPyMES de Celaya, mostrando su importancia" (Caldera, 2012).

Se indica que los conocimientos preexistentes de la administración tradicional, no son suficientes para comprender la lógica por la cual funcionan las organizaciones en general (no sólo las MIPyMES), por lo tanto, realizan una crítica a la visión funcionalista de la perspectiva tradicional que ha prevalecido en el análisis organizacional, en la cual se ve limitada la búsqueda de la eficiencia.

Con respecto a la comprensión de las MIPyMES en México, los autores mencionan la importancia de los recursos y la manera en como los hacemos funcionar. Algunos de estos recursos son: capital social, las relaciones de las personas con su conocimiento y confianza; así como el capital cultural, el conjunto de capacidades, aptitudes y actitudes que tienen las personas que participan en las organizaciones de forma individual (conocimientos, experiencias, estudios, habilidades, destrezas, etc.). En otras palabras, la capacidad productiva y creativa.

Asimismo, existe el capital simbólico, consistiendo en la capacidad representativa que tiene la organización al interior y al emprendimiento. Este capital es importante, ya que posibilita la legitimación o deslegitimación de las prácticas que se realizan, tanto dentro como fuera de la empresa. La preferencia de los clientes (prestigio y calidad), reconocimiento del producto o servicio, posicionamiento en el mercado, actitud y disposición al trabajo lo confirman. En cuanto al capital comercial, está compuesto por los capitales social y simbólico que han construido un posicionamiento relativo en el escenario a partir de diversas estrategias y recursos en un mercado determinado.

El capital tecnológico implica los recursos científicos y técnicos, y a la capacidad y fuerza productiva de una organización. Tipo de maquinaria, tipo de tecnología, innovación en productos y en técnicas. Finalmente, el capital financiero se refiere a los activos monetarios, insumos e infraestructura necesaria para invertir y producir. Es aquí donde las pequeñas y medianas empresas al hacer uso de la estrategia de *outsourcing*, dentro de un amplio y variado conjunto de alternativas, dotan a la empresa de una posición competitiva.

La PyME en Economías Emergentes.

(Saldaña, 2014), comenta que éste es un tema de gran interés, puesto que la mayor parte de las unidades productivas en Latinoamérica son empresas micro, pequeñas y medianas. En el México del 2009, por ejemplo, las micro (hasta 10 personas empleadas) y pequeñas empresas (entre 11 y 50 empleados) representaban el 99% del total de las empresas del país. Sin embargo, su participación en la actividad económica era menor, puesto que las microempresas (95% del total de empresas en México) generaron poco menos del 7% de la producción bruta total (INEGI, 2009).

Esto quiere decir que, en términos financieros y económicos, existen muchas empresas que producen poco, sin embargo, en términos sociales su aportación a la cohesión social es sin duda de gran relevancia. No obstante, las estadísticas oficiales no destacan estas características, por tanto, los rasgos sustanciales de las micro, pequeñas y medianas (MIPyMES, en adelante) son contruidos como socialmente invisibles.

El papel de México dentro de los organismos y mecanismos de integración de América Latina, ha sido en general escaso. Dentro de las barreras a las cuales se enfrentan los esfuerzos de integración regional, podemos encontrar que por lo general no existe una continuidad, aunado a la falta de estabilidad institucional y certeza legal. Como resultado, los acuerdos tomados no siempre se cumplen cabalmente, e incluso algunos pierden impulso. La mayoría de los países latinoamericanos no sólo comparten un espacio geográfico sino también raíces culturales e históricas y la lengua hispana. De ahí, la importancia de promover más y mejores organismos de integración que fortalezcan los vínculos entre economías.

Entre algunos organismos y mecanismos de integración de América Latina se encuentra la Comunidad Andina. Tiene como objetivo promover el desarrollo a través de la integración. Actualmente son cuatro países que la integran: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Según datos de la Comunidad Andina (2013), alrededor del 80% del comercio intracomunitario corresponde a productos manufacturados que generan empleo y promueven a las micro y medianas empresas. En lo que corresponde al comercio entre los países miembros, de las cerca de 9,000 empresas que la realizan, la mayoría son pequeñas y medianas. Las MIPyMES aportan entre el 55% y 63% al PIB de los países miembros de la Comunidad Andina y son un sector estratégico.

Por una parte el Comité Andino de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CAMIPYME) creado en 2011 para asesorar y apoyar en la política comunitaria y mejorar la

competitividad de las MIPyMES. Por otra parte el observatorio Andino de la MIPYME (OBAPYME) se creó para promover el desarrollo de la MIPyMES en la subregión. Igualmente existe el plan de acción CAMIPYME 2012-2017 para promover el acceso de las MIPyMEs a los mercados.

Asimismo, el ALADI cuenta con 13 estados miembros y fue creado en 1980 con la intención de promover el desarrollo económico-social en la región y su objetivo consiste en establecer un mercado común latinoamericano. Los miembros de ALADI son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

Método

El presente artículo de investigación es una propuesta teórica que promueve la reflexión en el campo de la administración estratégica. Por tanto, se incluyen argumentos basados en literatura que pretenden servir como guía para abordar el fenómeno de estudio.

Descripción de Propuesta

Dada la alta incertidumbre en las que se encuentran las PyMEs de economías emergentes, es vital el generar una estrategia de innovación que abarque diversos sectores, medio ambiente, salud, seguridad, educación, desarrollo económico y social, entre otros. De tal manera, que al realizar diagnósticos sociales es frecuente recurrir a instrumentos como la matriz FODA para establecer las "fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas" de proyectos económicos y sociales. Así mismo, vale la pena considerar el construir alternativas vinculadas a las necesidades específicas de las PyMES.

Temas como la gestión del capital humano, planeación estratégica, mercadotecnia, finanzas, sistemas informáticos para la administración, entre otros, ocupan una buena parte de los recursos de la empresa; mismos que deberían ser re-dirigidos para aumentar la productividad y las ganancias de la misma. Cuando hablamos de *outsourcing*, se hace referencia a la solicitud de apoyo externo que una compañía requiere para manejar algunas, muchas o la totalidad de sus operaciones. Dichas operaciones ocupan un tiempo por demás valioso que bien podría ser aprovechado en la realización de otras actividades de valor agregado.

Conclusiones

El uso de la herramienta del *outsourcing* representa una ventaja competitiva para el impulso de las PyMEs en economías emergentes. Esto implica el delegar actividades de menor importancia a un tercero experto en dichos procesos, dirigiendo así los recursos de la empresa en el desarrollo de estrategias que impulsen a la organización a un nivel más alto de productividad.

En el caso de las PyMEs sociales, el aprovechamiento de los recursos humanos y económicos a raíz del apoyo de una empresa proveedora de servicios terciarizados incrementa las posibilidades de lograr un desarrollo sustentable. Más aún, entornos emergentes caracterizados por alta incertidumbre socio-económica demandan la generación de estrategias que fomenten la competitividad organizacional.

Bibliografía

Austin, J., Stevenson, H. & Wei-Skillern, J. (2003). "Social Entrepreneurship and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?", *Working Paper Series*, No. 04-029, Harvard Business School.

Caldera, D. (2012). Emprendimiento. Dimensiones Sociales y Culturales en las MIPYMES, *Gestion y Estrategia*, Issue 42, p81-84. 4p.

Comunidad Andina (2013). Datos sobre las MIPYMES (último acceso el 10/08/2013).

Disponible en: <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=79&tipo=TE&title=mipymes>.

Gilley, K. M.; Greer, C. R.; Rasheed, A. A. (2004). Human resource outsourcing and organizational performance in manufacturing firms. *Journal of Business Research*, v. 57, p. 232-240.

Harland, C. (1996). Supply Chain Management: Relationships, Chains and Networks. *British Journal of Management*, v. 7, p. 63-80.

Harman, J. (2008). Successful Social Entrepreneurship: the Case of the Eaglehawk Recycle Shop, *Journal of Services Research, Special Issue*, 201-215.

Henricks, M. (2011). Contrata Servicios Externos, *Entrepreneur México*, Vol. 19 Issue 2, p74-77. 4p.

Hofstede, G. (1994). "The Business of International Business is Culture", *International Business Review*, 3(1), 1-14.

Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*, Sage Publications, California.

Holcomb, T.; Hitt, M. (2006). Toward a model of strategic outsourcing. *Journal of Operations Management*, v. 25, n. 2, p. 464-481.

Hoskisson, R. E., Eden, L., Lau, C. M., and Wright, M. (2000). Strategy in Emerging Economies. *Academy of Management Journal*, 43, 3, 249-267.

INEGI (2009). Censos Económicos 2009. Las empresas en los Estados Unidos Me- xicanos.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Disponible en:

http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/comercio/empresas/Mono_Empresas_EUM.pdf Consulta 29/07/2013.

Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores (2007). La titulización de créditos a PyMEs en

Iberoamérica. 2007. Disponible em: <http://www.iimv.org/estudio_titulizacion.htm>.

Acesso em: 29 mar. 2009.

International Association of Outsourcing Professionals (2012). The 2012 global outsourcing 100.

2012. Disponible em: <<http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/IAOP/Global/Outsourcing100>>. Acesso em: 18 fev. 2013.

Kamyabi, Y.; Devi, S. (2011). An Empirical Investigation of Accounting Outsourcing in Iranian SMEs: Transaction Cost Economics and Resource-Based Views. *International Journal of Business and Management*, v. 6, n. 3, p. 81-94.

Lindermann, J.; Hansen, P. B. (2008). Utilização de métodos de apoio à decisão para decisões estra- tégicas: o caso da manutenção de embarcações de transporte de cargas. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 9, n. 2, p. 173-200.

Mair, J. y Marti, I. (2004). Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation, Prediction, and Delight, *Working Paper 546*, IESE Business School.

Mair, J. & Martí, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanations, Prediction, and Delight, *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.

- Ovalle, A. M.; Forero, Y. (2012). Caracterización del Outsourcing en las Empresas de Manizales y Municipios Aledaños, *Revista Ingeniería Industrial*, Vol. 11 Issue 2, p87-100. 14p. 2 Diagrams, 4 Charts.
- Portes, A., y Shauffner, R. (1993). Competing Perspectives on the Latin American Informal Sector. *Population and Development Review*, 19(1), 33-60.
- Quinn, B. Q.; Hilmer, F.G. (1994). Strategic outsourcing. *Sloan Management Review*, v. 35, p. 43-55, Summer.
- Ram, Rev. Adm. Mackenzie (2013). V. 14, N. 5 ÉSÃO PAULO, SP ÉSET./OUT. 2013 Ép. 201-229 ÉISSN 1518-6776 (impresso) ÉISSN 1678-6971 (on-line).
- Rodríguez, T.; Robaina, V. A. (2005). A resource-based view of outsourcing and its implications for organizational performance in the hotel sector. *Tourism Management*, v. 26, p. 707-721.
- Saldaña, A. (2014). Integración regional y sistemas locales de innovación: desafíos para las MIPYMES. Una perspectiva desde México. *Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología*, vol. 23 Issue 4, p629-642. 14p.
- Tokman, V. E. (2007). Informalidad, Inseguridad y Cohesión Social en América Latina. *Revista Internacional del Trabajo*, 126(1-2): 93-120.
- Villalobos, J. (2012). Tercerización de Funciones, *Entrepreneur México*, Vol. 20 Issue 1, p162-165. 4p.



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: ¿LA CLAVE PARA LA SUSTENTABILIDAD DE LAS PYMES?

Autor:

*Mae. Cristina Herrera Alvarado
Facultad De Contaduría Pública Y Administración
Av. Universidad S/N Col. Cd. Universitaria
Correo: cristy.heal@hotmail.com
Nacionalidad: Mexicana*

*Mes. Mayra Mayela Olguin Ramírez
Facultad De Contaduría Pública Y Administración
Av. Universidad S/N Col. Cd. Universitaria
Correo: m_olguinramirez@hotmail.com*

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2015

Resumen

Las PyMEs constituyen la columna vertebral de la economía nacional y tienen un gran impacto con la generación de empleos. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PyMEs que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país. (Fuente: PROMEXICO).

Según el INEGI, al realizar este análisis de la demografía de los establecimientos entre Abril 2009 y Mayo 2012, obtuvo como resultado: La proporción de nacimientos fue de 28.3%, la proporción de muertes de 22.0% lo que significa que cada 100 establecimientos existentes, alrededor de 22 establecimientos dejaron de operar y aproximadamente 28 iniciaron actividades en este periodo; por lo tanto, en promedio por cada 100 existen 6 establecimientos más y suponiendo que las condiciones son las mismas durante el período y al analizar la proporción del crecimiento se observa que el crecimiento promedio anual es de 1.7 por ciento anual.

En el mismo análisis de la demografía de los establecimientos entre Abril 2009 y Mayo 2012, identificaron la proporción de personal ocupado en establecimientos que nacen y/o mueren a nivel nacional, obteniendo como resultado: El 22% de establecimientos que desaparecieron por cada 100 personas que laboraban en el mismo periodo, hubo 23 que se incorporaban en establecimientos de nueva creación mientras que alrededor de 20 personas laboraban en establecimientos que dejaron de operar.

Al obtener el crecimiento del personal ocupado del período se observa que este es de 3.6%, mientras que el crecimiento promedio anual es de 1.0 por ciento.

Para lograr un impacto positivo es de suma importancia realizar estrategias y ponerlas en marcha, es por eso que viene a cumplir un papel muy importante la administración estratégica. (PROMEXICO, 2015).

Introducción

Son muchos los desafíos que enfrentan actualmente las organizaciones en el mundo. El inminente avance tecnológico, la importancia de la globalización, los cambios en la economía hacen un énfasis en el cambio para las empresas.

Es significativo que la mayoría de las empresas enfrentan grandes cambios y ajustes en el interior de sus funciones para lograr un éxito rotundo. A través del cambio se puede ver como comienzan las problemáticas internas en cada organización y las técnicas para salir adelante y lograr los objetivos mantienen una esencia única en cada desafío.

Según Dandira (2012), ¿La planeación es necesaria?, muchas organizaciones dejaban a un lado la parte tan importante como administrar de manera correcta cada uno de los departamentos y funciones, sin embargo cuando hablamos de una Pequeña y Mediana Empresa (PyME) pueden venir varias incógnitas, como si realmente puede haber una administración correcta en una empresa donde no existe departamentalización.

Es por eso que se logra desglosar en dos partes, la administración y la importancia de crear estrategias, como parte de las cuatro funciones básicas: Planeación, organización, dirección y control, y las estrategias los pasos para lograr los objetivos.

Definición del problema

En la actualidad las PyMEs de economías emergentes están involucradas en un ambiente cambiante y se ven forzadas a adoptar estrategias para permanecer en el mercado.

Para lograr lo anterior es necesario que detecten sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del entorno en el que están inmersas con el fin de buscar soluciones a través de la planeación de metas que lleven a la sustentabilidad de negocio.

Debido al entorno socioeconómico volátil, surge la necesidad de establecer un proceso de planeación estratégica para alcanzar los objetivos establecidos en las PyMEs.

Preguntas de investigación

- ¿Qué es la planeación estratégica?
- ¿Por qué es importante la planeación dentro de las organizaciones?
- ¿Cuál es el efecto de la planeación dentro de las PyMEs?

Marco teórico

La estrategia se adapta al entorno para alcanzar los objetivos, va de la mano con la planeación la cual nos permite realizar acciones adecuadas para la organización.

La planeación estratégica evoluciona con el tiempo, es analizar la ventaja competitiva que hará que el negocio sea sustentable, analizar que las estrategias sean acorde al modelo de negocio, diferenciar las estrategias competitivas para atraer a los clientes, como obtendrán ganancias, parámetros aceptables de rentabilidad y crecimiento de ventas. (Thompson, 2012)

Dentro del ámbito de PyMEs podemos mencionar algunas de las ventajas:

- É Son un importante motor de desarrollo del país.
- É Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- É Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.
- É Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de empleos.
- É Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- É Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.
- É Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal del o los dueños del negocio.
- É Algunas desventajas de las PYMES:
- É No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.

É Es difícil contratar personal especializado y capacitado por no poder pagar salarios competitivos.

É La calidad de la producción cuenta con algunas deficiencias porque los controles de calidad son mínimos o no existen.

É No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.

Algunos otros problemas derivados de la falta de organización como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos o calidad mala, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento adecuado y oportuno.

Toda organización necesita tener una dirección hacia donde tiene que ir para facilitar realizar un análisis interno y externo para lograr los propósitos establecidos y es donde surge la planeación estratégica.

La planeación estratégica nos encamina hacia dónde queremos ir y como llegaremos hacia esas metas y uno de los primeros pasos es a través de la misión y visión de las organizaciones, estos deberán ser enlazados a través de valores esenciales, los cuales se convertirán en la guía para llevar a cabo los proyectos, planes, reglas y resultados planteados (Thompson, Peteraf, Gamble y Strickland, 2012).

Una vez establecida la misión y visión es pertinente transformarla en objetivos. Según Thompson (2012) el propósito gerencial de establecer objetivos es convertir la visión y misión en objetivos de desempeño específicos.

Los objetivos bien establecidos son específicos, cuantificables o medibles, y contienen una fecha límite para su consecución. Los objetivos deben ser realistas pero a la vez retadores,

deberán motivar al personal a ser creativos en la forma en que se alcanzaran, el límite será su imaginación y los valores que en la misma compañía establezca.

El primer componente es la estrategia que constituye un aspecto muy importante en las decisiones que deben tomar las personas que tienen a cargo la gestión de una organización, en la que hay recursos de todo tipo que deben ser utilizados en forma óptima para cumplir con las políticas y metas trazadas. Así mismo, la estrategia es una apuesta en un mundo globalizado en el que las empresas luchan por lograr mantenerse en el mercado utilizando todas las herramientas que poseen, estableciendo políticas flexibles y agresivas de gestión que les permitan posicionarse y tener continuidad en el futuro.

Los pasos adecuados para una planeación estratégica correcta son los siguientes:

1. Análisis de la situación
2. Diagnóstico de la situación
3. Declaración de misión, visión y objetivos estratégicos
4. Estrategias corporativas
5. Planes de actuación
6. Seguimiento
7. Evaluación

A través de estos pasos se trata de convertir los proyectos en acciones, tendencias, metas, objetivos, reglas, verificación y resultados. (Alvarado. L., Aguilar .A. y Otros 2013)

Existe un sin número de acciones que una compañía puede establecer para alcanzar una estrategia, pero no se deben de olvidar que todas ellas sumen a la estrategia general. Al momento de plantearlas es importante incluir al personal, las estrategias deben ser permeables en toda la organización, si se involucra al personal estos se sentirán más comprometidos con ellas y pueden

otorgar un panorama infinito de ideas óptimas para el establecimiento de las estrategia o el logro de la misma. (Contreras, E. 2013)

La planeación estratégica permite mejorar la competitividad de las organizaciones: identificando que las hace diferentes entre sí, que tienen ellas que sus competidores no tienen, que pueden ofrecer de valor que el cliente puede percibir fácilmente y que el precio o producto que pague realmente sea percibido como justo.

De la ventaja competitiva a la competitividad: La dinámica de las organizaciones en los últimos 20 años ha venido enfocándose en el logro de un desempeño superior, y una ventaja competitiva sostenida, debido a diversos factores tales como la liberalización generalizada de los mercados, así como la de los mercados de capitales, lo que ha ampliado el ámbito de operación, pero también de rivalidad y concurrencia de las organizaciones en sus sectores productivos y en los mercados de los países. (Montoya, L., Montoya, I., y Otros 2008).

Según Contreras (2013) es entonces cuando los empresarios ven lo valioso de realizar este proceso y adaptarse a los constantes cambios de sus competidores en el mercado.

La planeación estratégica requiere personas adecuadas encargadas de tomar las decisiones y adecuar las alternativas que se van presentando y lograr con éxito cada una de ellas. Definir la función de cada empleado y que dichas actividades sumen a la cadena de valor, que actividades deberán ser centralizadas y cuales delegadas ayudará a evitar la duplicidad de funciones y optimizar el tiempo a actividades que sumen a la estrategia.

Crear una organización capaz de ejecutar una estrategia, es un proceso meticuloso que no debe pasar por alto la empresa. El primer paso es seleccionar y evaluar las capacidades y habilidades de los empleados o futuros empleados, dotarlos de un programa de capacitación,

ofrecer un ambiente laboral estimulante y comprometido que tome en cuenta su opinión, retención de los empleados y eliminar a los de bajo desarrollo.

En los últimos años, muchas empresas se vieron afectadas por las crisis económicas. Para estas empresas, la capacidad de ser flexibles y adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. Sin embargo hay un factor que también influye en el destino de un negocio: sus empleados.

Sin duda, el capital humano y el talento son el esqueleto de cualquier compañía pero especialmente en el caso de una PyME (donde generalmente son menos de 50 empleados), su rol puede ser incluso más crucial, debido a que sus habilidades y personalidad pueden construir o romper una empresa. Sencillamente la mejor estrategia de negocios no es nada si no se cuenta con la gente adecuada para que la ejecuten. Por eso es muy importante pensar a detalle antes de contratar para asegurarte de que cada empleado cumpla a la perfección con el cargo. (Spaightn, 2013)

Algunos autores hablan de la crisis que vive la estrategia; por ejemplo, Dandira (2012) afirma que se viven tiempos difíciles a causa de demasiadas suposiciones que se han hecho sobre la gestión estratégica a largo plazo, y estas suposiciones no han sido correctas ya que las organizaciones han seguido enredadas en una maraña de errores.

Al estar en constantes cambios se debe tomar en cuenta lo importante que es planear de manera adecuada ya que representa la guía correcta para enfrentar cualquier situación. Las PyMEs cada día forman más parte del mercado, compiten por lograr una porción de clientes, es por eso la formalidad y el alcance que se les ha dado para lograr la competitividad entre el resto.

Sin duda alguna las PyMEs deben ser capaces de adaptarse y responder al nuevo contexto global en que el mundo empresarial se está desempeñando, esto los obliga a desarrollar

actividades que les permitan ser competitivas y desarrollar estrategias. Ante esto es de suma importancia que las pequeñas empresas estén conscientes de la necesidad de planes y formar acciones adecuadas.

Koontz y Weihrich (2007) señalan que la planeación prepara a la empresa para hacer frente a contingencias y la condiciona al ambiente que la rodea en el establecimiento de un modelo de trabajo o plan para suministrar las bases a través de las cuales operará.

Las necesidades de cada organización son distintas por lo tanto tienen distintas finalidades para lograr su supervivencia ante mercados cambiantes y enfrentar nuevos retos y competencia. Dentro de las empresas se tiene que hacer concientización de saber que todas las actividades operativas y administrativas encaminan a minimizar los riesgos de fracaso y si es posible mejorar las condiciones cambiantes.

Es de suma importancia reconocer que la planeación estratégica no es la solución a problemas comunes por los que atraviese la empresa si no que a la larga resulta una herramienta múltiple de beneficios si se utiliza al momento y de forma adecuada.

De acuerdo a un estudio realizado por Morales y Ochoa (2007) las PyMEs cuentan con estrategias establecidas que las orienten a tener mejores condiciones de desarrollo, carecen de personal capacitado y de planes alternos de acción, no tiene claramente establecidas sus estrategias y sus recursos no les permiten recurrir a consultores en administración.

Uno de los retos importantes que presentan las PyMEs es la obtención de recursos financieros y mantenerlos, los cuales ayudarán a los empresarios a consolidar sus sueños. Estos objetivos deberán ser establecidos dentro de su programa de Planeación Estratégica, que les indicara las acciones a seguir para convencer a inversionistas de que su negocio realmente es prospero. Las fuentes de apoyo pueden ser de índole Gubernamental o Privadas.

El Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), a través de su portal de comunicación menciona, que en México se ha creado importantes instituciones que ayudan a la PyMEs a materializar sus ideas. Enrique Jacob presidente del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) comento durante una gira de trabajo que durante el 2013 y 2014 se aprobaron recursos por más de 155 millones de pesos en beneficio de más de mil 800 pequeñas empresas que generan más y mejores empleos para los Mexicanos que viven en los peligros de atención del programa de la cruzada Nacional contra el hambre. Y que una de las maneras de obtener fondos de financiamiento para sobrevivir las PyMEs en México, es a través de la Secretaria de Economía.

Según Villafrago (2015), el 64% del crédito que reciben los emprendedores proviene de ahorro familiar; el financiamiento es la piedra angular entre los retos de los negocios naciendo.

Dentro del mismo artículo de Villafrago (2015) indica que Aunque recaudar fondos es un problema para los emprendedores, las herramientas para estos nuevos generadores de soluciones han crecido, el INADEM cuenta entre sus cartera con 26 fondos de inversión, que destinarán para 2015 una inversión de 2,779 millones de pesos (mdp) para 270 empresas de alto impacto. El INADEM aporto 1,000 mdp al proyecto, más los 9,300 mdp para este año.

Otras herramientas son FEMSA, que en alianza con The Pool (club de emprendedores), acordó impulsar 520 proyectos de emprendimiento social juvenil de 2014 a 2017 con una inversión de 4.5 millones de dólares.

Analizando la dinámica que se muestra en la PyME e identificando los impulsores del cambio en el plan estratégico de la empresa, se tiene que desarrollar una estrategia que tome en cuenta estos cambios.

Para construir o fortalecer una estrategia, podría llevar tiempo dependiendo del tamaño de la PyME. Las Alianzas estratégicas pudieran ser una herramienta para mejorar o refrescar al negocio y una fuente muy propicia para hacer crecer el negocio, por medio de estrategias de diversificación de negocios relacionado o no relacionados.

Las relaciones entre proveedores son una parte esencial que no se puede pasar por alto en la administración estratégica. Si bien los proveedores serán nuestros abastecedor de suministros en un tiempo definido o indefinido según la duración del objetivo estratégico y financiero, no podemos pasar por alto que una alianza con ellos es una herramienta formidable para fortalecer la estrategia.

Los empresarios de las Pymes deberían de utilizar sus capacidades de trabajo en red para recopilar información y construir alianzas. Una Red Personal se apoya en las relaciones entre empresarios y otros empresarios, proveedores, inversionistas, amigos, etc. Estos contactos personales pueden ayudarle a tomar decisiones más eficaces, proporcionándole información que reduzca la incertidumbre del negocio. (Montoya, L., Montoya, I. y Otros, 2008)

El propósito de la integración empresarial se basa en la promoción de la generación de organizaciones productivas, que adopten esquemas eficientes de relación entre empresas independientes, permitiendo a estas últimas lograr ventajas competitivas que no podrían alcanzar si operaran aisladamente. (Montoya, L., Montoya, I. y Otros, 2008)

La revista digital punto pyme menciona: Una empresa PyME sustentable se convierte en una compañía más competitiva ya que promueve la asociación entre todos los miembros de una comunidad y su entorno al contrario a lo que se pensaría , desarrollar un programa de sustentabilidad no tiene que representar una inversión costosa de cualquier PyME o de cualquier

tamaño. Basta con adaptar reglas sencillas que permitirán monitorear sus consumos energéticos básicos.

Una empresa sustentable se convierte en una empresa más competitiva que promueve mejores lazos e intercambios entre los miembros de la comunidad donde se encuentra, privilegiando el establecimiento de vínculos, la cooperación y el mantenimiento de relaciones estrechas entre todos sus empleados.

Por lo tanto el proceso de adopción tecnológica de una PYME debe ir orientado no sólo a mejorar el tiempo o la productividad y la calidad de procesos, que lleva a cabo, sino también en el manejo eficiente de sus recursos desde la materia prima hasta el impacto que tienen sus productos o servicios en el entorno global. (Sustentabilidad en las empresas PYME, 2013)

Las PyMEs tiene como reto adaptarse a un mundo globalizado, que sin duda alguna representa un reto para cada una de ellas y una herramienta que ha impulsado oportunidades de crecimiento es el internet.

Mendoza,V.(2015). Indica ñLos mexicanos internautas pasan 5 horas y media en promedio conectados a la red y 20% de los usuarios en el país realizan compras online, según datos de la Asociación Mexicana de Internet (Amipci). El ciber espacio se presenta como una oportunidad de negocio que no debe desaprovecharse, pues el número de compradores pasó de 5.8 millones en 2011 a 12.1 millones en el 2016.

El 93% de las empresas en internet son pequeñas y tienen un promedio de visitas menor a 10,000 usuarios al mes. Ninguna empresa es demasiado pequeña.

Si bien Internet es un canal que simplifica los procesos, el desarrollo de un negocio en línea requiere estructura y comparte los principales flujo de efectivo, consistencia de los proveedores y fiscalización.

Metodología

La investigación es de carácter descriptivo ya que a través de distintas lecturas complementamos el tema y vemos datos estadísticos de la importancia que tienen hoy en día las PyMEs dentro del ámbito laboral y las repercusiones que tiene la planeación dentro de esta.

Conclusión

El INEGI, al efectuar un análisis de la demografía de los establecimientos PyMEs entre Abril 2009 y Mayo 2012, e identificar las proporciones de Nacimientos y muertes de establecimientos entre este periodo argumenta que ñuestra economía se caracteriza por este tipo de establecimientos. Los establecimientos micro, pequeños y medianos tienen una gran movilidad en la economía a diferencia de las grandes, que además son parcialmente observadas por las Encuestas Económicas Nacionalesö.

Después de analizar la información podemos concluir que es de suma importancia recalcar la función relevante que debe tener la planeación dentro de las PyMEs como una herramienta de acción para lograr las metas y objetivos que se desean alcanzar.

La estrategia es otro de los elementos que va de la mano con la planeación, si bien una estrategia no es perdurable es cambiante y se apoya por medio del seguimiento y evaluación de la misma se podrán implementar las acciones correctivas.

Conforme la estrategia se vaya ejecutando es importante ir haciendo revisiones periódicas, para ir eliminando, adaptando, dejando las acciones, metas y parámetros que nos lleven al logro de la estrategia general y a la permanencia de la ventaja competitiva de la empresa.

La planeación estratégica dará la pauta para lograr una mejora en los procesos de la PyME y ayudara a lograr la sustentabilidad a través de los procesos requeridos que mejor se adapten a la empresa.

Desarrollo de propuestas

- É Es de suma importancia como se mencionó anteriormente contar con una misión y visión, objetivos y valores para hacer frente a las adversidades y a la vez permitiendo a los empleados llegar hasta donde desean con la finalidad de lograr las cosas con éxito y construir a largo plazo el futuro de cada organización
- É Partiendo de esta problemática de la falta de planeación se puede plantear una solución a través de la implementación de un programa de planeación estratégica que les ayude a contrarrestar la constante lucha para mantenerse y crecer en el mercado y para aprovechar todas las oportunidades que se le presenten.
- É Dotar de personal adecuado a la empresa con capacidades, habilidades y conocimientos que desarrollen las capacidades internas de la empresa.
- É Además hay que tomar en cuenta a todo el personal y lograr su participación para lograr una adecuada planeación y hacer posible la estructura adecuada de un plan de trabajo correcto y dirigido al éxito.
- É Buscar las oportunidades de crédito y financiamiento que mejor se adapten a las necesidades de las PyMEs.
- É Desarrollar y simplificando procesos que genere costos bajos colaborando estos a la sustentabilidad de la empresa.

REFERENCIAS

- Alvarado, L., Aguilar, A. y Otros (2013). Implementación de un sistema de planeación estratégica. Disponible en: web.a.ebscohost.com
- Contreras, E. (2013). El concepto de la estrategia como fundamento de la planeación
- Dandira, M. (2012). Strategy in crisis: Knowledge vacuum in practitioners.
Business Strategy Series.
- Mendoza, V. (2015). 8 mitos que la Pymes deben vencer sobre el E-commerce. 2015, de Forbes México Sitio web: www.forbes.com.mx
- Montoya, L., Montoya, I., y Otros (2008). De la noción de la competitividad a las ventajas de la integración empresarial. Disponible en: www.scielo.org.co
- PROMÉXICO, Disponible en: www.promexico.gob.mx
estratégica. Disponible en: web.a.ebscohost.com
- Secretaría de Economía. (2015). Red de Apoyo al Emprendedor. Abril 2015, de INADEM
Sitio web: www.inadem.gob.mx
- Spaightn, N. (2013). Cinco empleados que toda PYME debe de tener. Disponible en:
soyentrepeneur.com
- Sin Autor, (2013). Sustentabilidad en las empresas PYME. Disponible en:
www.pulsopyme.com
- Thompson, Peteraf, Gamble y Strickland, (2012). Administración Estratégica. México:
McGraw Hill.
- Villafrago, G. (2015). Financiamiento, talón de Aquiles de las Pymes. Obtenido el 5 de Abril de 2015 de la Página Web de Forbes Mexico: www.forbes.com.mx.



PREFERENCIAS DE FINANCIAMIENTO DE LAS MIPYMES AGROINDUSTRIALES EN EL ESTADO DE TABASCO

Wendy Vanessa Oropeza Ruíz

*Mexicana. Maestra en Administración de Empresas, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
Dirección: Avenida Universidad S/N, Magisterial, 86040 Villahermosa, Tabasco. Contacto:
wenvane77@gmail.com*

Elías Alvarado Lagunas

*Mexicano. Doctor en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL).
Profesor Investigador de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la UANL.
Dirección: Av. Universidad s/n., Ciudad Universitaria San Nicolás de los Garza, Nuevo León,
México, C.P. 64290. Contacto: eliaxalvarado@gmail.com*

Fecha de envío: 03/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

Resumen

Este estudio presenta los resultados de una caracterización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) agroindustriales del estado de Tabasco donde se determinan las fuentes de financiamiento utilizadas por éstas para permanecer en el mercado. La información se obtuvo de una encuesta aplicada a una muestra representativa de 64 empresarios del subsector señalado. Los datos obtenidos permiten determinar que la mayoría de las empresas son micronegocios familiares con una estrategia competitiva sin innovación en sus productos y cuyo uso de técnicas económico-financieras es regular; asimismo se encontró poca diversificación en el uso de sus fuentes de financiamiento y optando por los recursos propios para capitalizar sus diversas actividades y adquisiciones.

Palabras claves orden alfabético

Agroindustria, financiamiento, MIPYMES.

Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son de gran importancia en la economía, en el empleo a nivel nacional, tanto en países industrializados como en los subdesarrollados. Éstas representan a nivel mundial el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la gran relevancia de este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño.

En México, las MIPYMES constituyen la columna vertebral de la estructura productiva, sin embargo, debido a su limitada permanencia en la economía y su reducida participación en los mercados internacionales, requieren evolucionar para responder a los desafíos que demanda el mundo actual (Sánchez y Valdés, 2011).

Las empresas y los empresarios experimentan un nuevo entorno, definido en parte por la globalización, y sus consecuentes cambios tecnológicos, así como por la competencia con otras empresas fuera y dentro del mismo país, la mejora de los procesos internos y la toma de decisiones para su crecimiento o subsistencia.

La mayoría de los factores críticos de éxito destacados por la literatura académica y por la profesional, se centran en los activos intangibles. Concretamente, los que aparecen con mayor frecuencia son la gestión financiera, los recursos tecnológicos y la innovación, la calidad, la dirección y gestión de los recursos humanos, la flexibilidad de la estructura organizativa, los sistemas de información y las alianzas y acuerdos de cooperación (Aragón y Rubio, 2005, p. 40).

Sin embargo, el impacto y la forma de reacción son distintos entre los componentes de las MIPYMES, dado los diferentes sectores y tamaños de las empresas, así como los distintos elementos internos y externos con los que interactúan las mismas en el entorno económico en que se desenvuelven.

En años recientes el gobierno mexicano ha colocado en un lugar prioritario los programas de apoyo a las MIPYMES; debido a lo relevantes que son como generadoras de empleos, con más del 70% de empleo en el país y en Tabasco. Por lo cual estudios tales como el de Sánchez y Valdés sobre la efectividad institucional de los programas de apoyo a las MIPYMES en México en 2011 y el análisis estratégico para las MIPYMES en Coahuila de Medina, Ballina, Molina y Guerrero en el mismo año se han realizado, entre muchos otros, en diversos estados del país.

Asimismo, se han realizado investigaciones referentes a la selección de las fuentes de financiamiento de las MIPYMES en México, dichos estudios basados en diversas teorías de financiamiento. Tal es el caso de las MIPYMES turísticas de la ciudad de Cancún, Quintana Roo, las cuales, según Esparza y Ceballos (2009), prefieren hacer uso de la reinversión de sus utilidades para financiar activos fijos y circulantes, seguido de aportaciones de accionistas o propietarios evitando el financiamiento bancario a corto y largo plazo.

Igualmente se ha investigado sobre las preferencias de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas familiares manufactureras de Puebla, llegando a los resultados de que la teoría de la jerarquía financiera se ve parcialmente alterada ya que las PYMES prefieren financiarse con flujos internos como la inversión de utilidades, pero dejan en tercer lugar la

financiación bancaria, situándose en segundo lugar de preferencia las aportaciones de los accionistas (Gómez, López y Ruiz, 2010).

Además se han realizado revisiones sobre las teorías de la estructura óptima de capital y su aplicación en la micro, pequeña y mediana empresa, obteniendo que la teoría de la jerarquía surge como una buena explicación de las estructuras de capital de pequeñas empresas no cotizadas, siendo la característica fundamental una fuerte dependencia de los fondos generados internamente (Navarrete y Sansores, 2012).

En el estado de Tabasco son escasos los estudios realizados sobre las MIPYMES, dentro de los existentes se pueden mencionar algunas tesis de maestría, resultados de investigaciones en 2007 y 2010, tales como la presentada por López (2013), la cual ofrece datos de las empresas del estado, estratificados por sectores; y Estrada (2013) que se refiere a un sector en específico, hoteles, pero ambos en la línea de conocer los factores que influyen en la competitividad de las MIPYMES en la economía.

Dentro de la multiplicidad de factores en que una empresa debe centrarse para ser exitosa se encuentra la gestión financiera, cuyas fuentes de financiamiento seleccionadas en dicha área son factores importantes para su crecimiento y permanencia en el mercado, siendo un motivo para que esta investigación tenga como propósito principal, determinar las fuentes de financiamiento utilizadas por las MIPYMES de agroindustrias del estado de Tabasco.

Marco teórico

Para conocer el tipo de estrategia competitiva de las MIPYMES encuestadas el estudio se basó en la tipología de estrategias competitivas propuesta por Miles y Snow (1978), que utiliza como criterio para clasificar a las empresas la actitud hacia el grado de innovación (de producto, servicio o mercado) que presentan. Esta clasificación distingue cuatro tipos de empresas:

- *Las exploradoras*, realizan cambios y mejoras en los productos y mercados con relativa frecuencia, tratando de ser la primera en desarrollar nuevos productos, aun con el riesgo de que estas innovaciones no tengan éxito.
- *Las analizadoras*, mantienen una base relativamente estable de productos y mercados, mientras que al mismo tiempo desarrollan de forma selectiva nuevos productos y mercados, tratando de imitar a las empresas que ya los desarrollaron y tuvieron éxito.
- *Las defensivas*, ofrecen un conjunto relativamente estable de productos para un mercado relativamente estable. No están interesadas en las modificaciones sino que se concentra en la mejora continua del trabajo dentro de su campo de actuación.
- *Sin estrategia definida*, no cuenta con un área de producto-mercado duradera y estable. Normalmente actúa forzada por las presiones del entorno y de la competencia.

El estudio del comportamiento de la estructura financiera de las MIPYMES se puede enmarcar en diferentes teorías financieras que intentan explicar los factores que influyen en las preferencias de financiamiento de las empresas, principalmente enfocados a compañías de gran tamaño.

Se ha empleado primeramente la *Teoría de la Agencia* de Jensen y Mecklin (1976) donde se estudian los costos de transacción, señalando la existencia de información asimétrica, lo que

genera diferentes percepciones de riesgo que pueden afectar a ambos participantes, dando como resultado altas tasas de interés, aumento en los costos de monitoreo de crédito, daño moral y selección adversa. Por lo tanto, se asume que el financiamiento exterior es más costoso que el financiamiento interno.

La teoría del ciclo de vida financiero expuesta por Weston y Brigham (1981 citado en Gómez, García y Marín, 2009), explica que las diferentes etapas de la vida de las empresas son coincidentes con diferentes necesidades financieras. Un enfoque aceptado para el estudio de las necesidades financieras de las PYMES en sus diferentes etapas de crecimiento, es de los autores Berger y Udell (1998), ya que su modelo relaciona empresas según su tamaño, edad, información y tipo de financiamiento empleado por las empresas, destacando que las empresas pequeñas, jóvenes y con información más escasa se encuentran dentro de las que más emplean los recursos del propietario, seguido por crédito comercial y financiamientos óangelö.

La teoría de la jerarquía de las preferencias o del *pecking order* se encuentra entre las más influyentes a la hora de explicar la decisión de financiación respecto al apalancamiento corporativo. Iniciada por Donalson en 1961 y divulgada por Myers y Majluf (1984, citado en Gómez, López y Ruiz, 2010) establece que las empresas en primera instancia se financian mediante recursos propios. Luego, en caso de requerir fondos extras, recurrirán a la obtención de deuda cuyo costo son los intereses y el riesgo de quiebra como préstamos bancarios y en último lugar, cuando los recursos superen la disponibilidad de los mismos, la empresa elegirá la emisión de acciones.

Método

El estudio desarrollado es de tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo, ya que busca conocer la preferencia de financiamiento de las MIPYMES del subsector agroindustria, por medio de una descripción de las fuentes de financiamiento y las principales características de las empresas de la muestra del subsector en estudio, tales como el tipo de propiedad, antigüedad, edad y nivel educativo del gerente o director, número de empleados, entre otras, las cuales se contrastaron por tamaño de la empresa.

Para la obtención de datos, las empresas se estratificaron por tamaños según el número de trabajadores, considerando a las microempresas: de 4-10 empleados, a las pequeñas empresas: de 11-50 empleados y a las medianas empresas de 51-250 empleados. Como marco muestral se tomó el directorio del censo económico de 2004 levantado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), del que se tomaron las 14 mil 402 empresas con más de cuatro empleados, mismas que sirvieron de referencia para elegir 173 del subsector analizado, ubicadas a lo largo y ancho del estado; marco muestral que posteriormente se actualizó con el directorio censal de 2009.

Se tomó el directorio censal de 2004 y no el de 2009 por dos razones; la primera por que dada la alta mortandad de empresas en sus primeros 4 años, se prefirió seleccionar aquellas que ya hubieran pasado la prueba de ese umbral de antigüedad y así tener más consistencia estructural y la segunda por que no estaban disponibles los datos de 2009 al iniciar el levantamiento de las encuestas de la investigación.

El tamaño de muestra se determinó considerando un nivel de confianza del 95.44% y una varianza máxima de $p=0.5$ para las preguntas de respuestas dicotómicas clave del cuestionario

aplicado. La fórmula utilizada para determinar el tamaño de la muestra es la mencionada en Hernández, Fernández-Collado y Baptista (2006). El diseño muestral se realizó mediante muestreo aleatorio sistemático de la población de 173 empresas de 4 empleados y más del directorio censal de 2004, obteniéndose el listado de las 64 empresas, tamaño de la muestra.

La técnica de captación de la información fue mediante encuestas personales dirigidas al gerente o director de la empresa, utilizando como soporte el cuestionario ya elaborado y dividido en dos bloques de preguntas. El primer bloque es referente a datos generales de la empresa y el empresario, es decir, a la antigüedad de la empresa, el número de empleados que la conforman, si está constituida como sociedad mercantil, la edad y nivel de estudios del gerente; así como referentes a las estrategias competitivas utilizadas por las empresas y la posición tecnológica, según la perspectiva del empresario. En este apartado las preguntas son abiertas, dicotómicas y de opciones (cerradas), para poder describir las características generales de las empresas del subsector agroindustrias de la muestra.

El bloque dos, es relativo a la gestión financiera de la empresa, con preguntas referentes a la frecuencia de las fuentes de financiamientos utilizadas para activos fijos y circulantes, de las técnicas económico-financieras utilizadas, así como preguntas sobre plazos de cobro a clientes y pago a proveedores. Este bloque consta de preguntas abiertas, cerradas y a escala de Likert que buscan, entre otras cosas, describir la gestión financiera de las empresas y más específicamente las fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas del subsector estudiado y de acuerdo a los resultados poder establecer el fundamento de ésta elección con la teoría de la jerarquía.

Resultados

Características de las MIPYMES

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que existe dinamismo en las empresas del subsector agroindustrial del estado de Tabasco, ya que aunque el 53.1% de la muestra son empresas maduras, un 46.9% son jóvenes, es decir, están en su primera década de funcionamiento.

Asimismo, se obtiene que la mayoría de las MIPYMES agroindustriales son microempresas con 82.8% del total, 14.1% son pequeñas y 3.1% son medianas. Además, son empresas predominantemente familiares, es decir, la familia es propietaria de más del 50% del capital, y están integradas como persona física (Tabla 1).

Tabla 1. Características de las MIPYMES agroindustriales

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Antigüedad		
Empresas jóvenes	30	46.9
Empresas maduras	34	53.1
Propiedad		
No empresa familiar	4	6.3
Sí empresa familiar	60	93.8
Integración		
Persona física	57	89.1
Sociedad mercantil	7	10.9
Tamaño		
Microempresa	53	82.8
Pequeña	9	14.1
Mediana	2	3.1

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en trabajo de campo

Al contrastar las características de las empresas con el tamaño de las mismas, se observa que el porcentaje de agroindustrias de mayor antigüedad incrementa al aumentar el tamaño de éstas.

Siendo las microempresas mayormente empresas jóvenes (52.8%), las pequeñas empresas son principalmente empresas maduras (77.8%) y las empresas medianas tienen en esta muestra más de 10 años en el mercado, es decir, el 100% son empresas maduras (Tabla 2).

En lo que respecta a la integración, la mayoría de las micro y pequeñas empresas son registradas como personas físicas, con un 92.5% y 77.8%, respectivamente. Asimismo, se percibe que la mayoría de las agroindustrias, sin importar el tamaño de las mismas, son empresas familiares.

Tabla 2. Características de las MIPYMES agroindustriales por tamaño

Características	Microempresa (%)	Pequeña (%)	Mediana (%)
Antigüedad			
Empresas jóvenes	52.8	22.2	0
Empresas maduras	47.2	77.8	100
Propiedad			
Familiar	94.3	88.9	100
No Familiar	5.7	11.1	0
Integración			
Persona física	92.5	77.8	50
Sociedad mercantil	7.5	22.2	50

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en trabajo de campo

En la tabla 3 los directores de las agroindustrias encuestadas reflejan que 37.5% de los empresarios son personas jóvenes; el 43.8% son de mediana edad y el 18.8 por ciento de edad madura. En cuestión de nivel de estudios, el 48.4% de los directores de las empresas cursaron sólo la educación básica, es decir, primaria y/o secundaria; 18.8% tienen preparatoria general o bachiller y sólo 32.8% tienen educación superior y/o universitaria (técnico superior universitario y/o educación superior).

Tabla 3. Características de los empresarios agroindustriales

Concepto	Frecuencia	Porcentaje (%)	Tamaño de la empresa		
			Microempresa	Pequeña	Mediana
Edad					
Edad Joven (Ö40 años)	24	37.5	39.6	33.3	0.0
Edad Media (>40 y Ö55 años)	28	43.8	41.5	44.4	100
Edad Madura (>55 años)	12	18.8	18.9	22.2	0.0
Nivel de estudios					
Educación básica	31	48.4	52.8	33.3	0.0
Bachillerato/Preparatoria	12	18.8	20.8	11.1	0.0
Técnico superior universitario	3	4.7	5.7	0.0	0.0
Educación superior	18	28.1	20.8	55.6	100

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en trabajo de campo

Al contrastar las variables anteriores con el tamaño de la empresa, se observa que sin importar si son micro, pequeñas o medianas empresas, el mayor porcentaje de directores tiene entre 40 y 55 años de edad. En la formación del empresario se observa que el 52.8% de los microempresarios cursaron el nivel básico, mientras el 55.6% y 100% de los pequeños y medianos empresarios tienen educación superior, respectivamente.

Estrategia y posición tecnológica

Para conocer el tipo de estrategia competitiva de las MIPYMES agroindustriales el estudio se basó en la tipología de estrategias competitivas propuesta por Miles y Snow (1978), que utiliza como criterio para clasificar a las empresas la actitud hacia el grado de innovación (de producto, servicio o mercado) que presentan.

Más del 50% de las MIPYMES agroindustriales consideran emplear una estrategia competitiva defensiva, es decir, no modifican sus productos sino se enfocan en la mejora continua de los mismos; un 21.9% mencionan ser analizadoras ya que desarrollan de forma selectiva nuevos

productos y 15.6% realiza una estrategia exploradora por medio de cambios en sus productos. Mientras el 10.9% restante no tiene definida alguna estrategia para enfrentarse a sus competidores.

Con respecto al tamaño de la empresa y el tipo de estrategia, se obtiene que más del 50% de las microempresas práctica una estrategia defensiva, es el único tipo de empresa que tiene 13.2% que actúan reactivamente en el mercado y son las que menos utilizan una estrategia exploradora. Las pequeñas empresas utilizan en mayor porcentaje una estrategia defensiva (44.5%), seguida con un 33.3% de empresas analizadoras y sólo un 22.2% que son exploradoras. El 100% de las empresas medianas aplican una estrategia exploradora.

Tabla 4. Estrategia competitiva y posición tecnológica de las MIPYMES agroindustriales por tamaño

Concepto	Frecuencia	Porcentaje	Tamaño de la empresa		
			Microempresa	Pequeña	Mediana
Estrategia					
Exploradora	10	15.6	11.3	22.2	100.0
Analizadora	14	21.9	20.8	33.3	0.0
Defensiva	33	51.6	54.7	44.5	0.0
Reactiva	7	10.9	13.2	0.0	0.0
Posición tecnológica					
Fuerte	12	18.8	17.0	22.3	50.0
Buena	13	20.3	18.9	33.3	0.0
Sostenible	30	46.9	50.9	33.3	0.0
Débil	9	14.1	13.2	11.1	50.0

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en trabajo de campo

Con respecto a la posición tecnológica, el 46.9% tiene una posición sostenible, es decir, que la tecnología que utiliza es la misma que aplican la mayoría de empresas del subsector y sólo se realizan nuevas inversiones cuando se comprueba que la competencia obtiene buenos resultados; seguido por 20.3% que menciona tener una posición buena al considerar que su tecnología lo

coloca delante de la competencia y el 18.8% consideras tener una posición fuerte ya que desarrolla su tecnología para obtener mejores resultados que su competencia. El 14% que resta considera tener una posición débil frente a sus competidores.

Al contrastar el tamaño y la posición tecnológica se observa que la posición sostenible es la de mayor porcentaje en las microempresas con 50.9%, mientras las pequeñas tienen el mismo porcentaje para buena y sostenible con 33.3% cada una y las medianas reflejan 50% para la posición tecnológica buena y débil. Los tres tipos de empresas reflejan cierto porcentaje de éstas con una posición débil.

Gestión financiera

La técnica económico-financiera más empleadas por las MIPYMES agroindustriales es el establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales con una media de 3.20 en una escala de Likert (1 a 5). Sin embargo, las otras dos técnicas: análisis de la situación económica financiera y control de sistemas de contabilidad obtienen datos similares (3.05 y 3.06, respectivamente). Lo cual refleja un uso regular de dichas técnicas económico-financieras.

Con respecto al tamaño de la empresa, las micro agroindustrias ocupan regularmente los presupuestos de ingresos y gastos (3.19) y el sistema de costos (3.06); las pequeñas empresas emplean normalmente el análisis de la situación económico-financiera (3.44); y las medianas empresas son las que utilizan en mayor medida las tres técnicas presentadas, otorgando el mayor grado de uso a el establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales y al análisis de la situación económica financiera con un uso importante de las mismas (Tabla 5).

Cabe mencionar, que si consideramos que el nivel de estudios de los directores de las medianas empresas es superior al de las de menor tamaño se puede considerar lógico el mayor uso de dichas técnicas.

Tabla 5. Grado de uso de las técnicas contables (escala 1-5^a)

Conceptos	Media	Tamaño		
		Microempresa	Pequeña	Mediana
Técnicas económico-financieras				
Implantación y control de un sistema de contabilidad de costos	3.06	3.06	2.78	4.50
Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales	3.20	3.19	2.89	5.00
Análisis de la situación económico-financieras	3.05	2.91	3.44	5.00
Tipo de plazo				
Plazo medio de cobro a clientes (días)	7.14	3.15	27.22	22.50
Plazo medio de pago a proveedores (días)	8.22	4.83	25.00	22.50

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en trabajo de campo. ^a 1=Nulo uso ó 5=Mucho uso.

El plazo medio de cobro a clientes en las MIPYMES agroindustriales se sitúa en 7.14 días, y en 8.22 días en el caso de plazo medio de pago a proveedores. Ambos periodos resultan cortos ya que se encuentran próximos al contado, aunque es positivo que los empresarios cobren sus bienes antes de tener que pagar a proveedores.

Considerando el tamaño de las empresas, los plazos de cobro y pago de las microempresas son cortos en comparación con las empresas de mayor tamaño. Por su parte, las pequeñas empresas reflejan menos días para pagar a sus proveedores que el plazo que ellos otorgan para cobrar a sus clientes, lo que podría generarle insolvencia para poder pagar por las mercancías que compran y/o los servicios que les prestan. Las medianas empresas, por su parte, tienen los mismos días en ambos tipos de plazos.

Para financiar sus inversiones en activos fijos (Tabla 5), las MIPYMES agroindustriales, utilizan preferentemente los recursos propios [la aportación de los propietarios (4.02) y la reinversión de las utilidades (3.45)] y con una media cercana a la nulidad de la escala se encuentran los recursos externos (préstamos de fuentes informales (1.58), el financiamiento bancario inferior y superior a un año con una media de 1.32 y 1.17, respectivamente).

Asimismo, se observa que las fuentes internas de financiamiento (aportación de los propietarios y reinversión de utilidades) son las usadas por las empresas de menor tamaño, es decir, por las micro y pequeñas empresas agroindustriales, mientras las medianas empresas tienen diversificada su gama de fuentes al presentar solamente una frecuencia nula de uso en los préstamos formales no bancarios.

Tabla 6. Financiamiento de las inversiones en activos fijos (escala 1-5^a)

Fuente de financiamiento	Media	Tamaño de la empresa		
		Microempresa	Pequeña	Mediana
Propietarios	4.02	4.25	2.89	3.00
Reinversión	3.45	3.42	3.56	4.00
Financiamiento bancario < año	1.32	1.23	1.56	4.00
Financiamiento bancario > año	1.17	1.08	1.44	2.50
Arrendamiento	1.09	1.00	1.00	4.00
Formales no bancarios	1.11	1.11	1.11	1.00
Gobierno	1.16	1.11	1.00	3.00
Fuentes informales	1.58	1.55	1.67	2.00

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en trabajo de campo. ^a 1=Nulo uso ó 5=Mucho uso.

Para financiar sus activos fijos, las microempresas reflejan un importante uso de las aportaciones de los propietarios (4.25); las pequeñas empresas reflejan como fuente primordial pero con un uso regular, la reinversión de utilidades (3.56) y las medianas empresas utilizan tres fuentes

como importantes con una media de 4: la reinversión de utilidades, el financiamiento bancario inferior a un año y el arrendamiento.

El financiamiento de activos circulantes por parte de las MIPYMES agroindustriales se realiza regularmente con recursos propios y aportaciones de los accionistas (3.36), seguida por el poco uso de aplazamiento del pago a proveedores (2.08) y con una media cercana a poco uso de préstamos de fuentes informales (1.69). Cabe señalar que las medias obtenidas para financiar los activos circulantes son inferiores a los resultados presentados para los activos fijos de la empresa.

Tabla 7. Financiamiento de las inversiones en activos circulantes (escala 1-5 ^a)

Fuente de financiamiento	Media	Tamaño de la empresa		
		Microempresa	Pequeña	Mediana
Aplazamiento	2.08	1.85	3.33	2.50
Crédito bancario	1.36	1.21	1.78	3.50
Letras y pagarés	1.11	1.06	1.44	1.00
Factoraje	1.08	1.04	1.33	1.00
Recursos propios	3.36	3.38	3.33	3.00
Formales no bancarios	1.17	1.13	1.44	1.00
Gobierno	1.09	1.11	1.00	1.00
Fuentes informales	1.69	1.72	1.44	2.00

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en trabajo de campo. ^a 1=Nulo uso ó 5=Mucho uso.

Con respecto al tamaño de la empresa se observa que las microempresas regularmente usan los recursos propios y aportaciones de los accionistas (3.38) para financiar este tipo de activos; las pequeñas utilizan regularmente dos fuentes: el aplazamiento de pago a proveedores y recursos propios, ambas con una media de 3.33 y las medianas empresas utiliza el crédito bancario anual (3.50).

Conclusiones

Los resultados obtenidos para la muestra de estudio de las MIPYMES agroindustriales del estado de Tabasco indican que la mayoría de éstas empresas son en su mayoría micronegocios cuya propiedad es familiar y que se encuentran integradas y registradas como personas físicas. El nivel de formación de los empresarios es educación básica y su edad oscila entre los 40 y 55 años.

De acuerdo a la percepción del empresario, se determina que no se emplean estrategias realmente competitivas dentro del mercado agroindustrial tabasqueño ya que más del 50% de las agroindustrias del estado emplean una estrategia defensiva, es decir, no realizan innovaciones en sus productos sino se enfocan a la mejora continua y casi 11% del resto no tiene una estrategia definida.

En términos generales, es posible señalar que las técnicas económico-financieras (contabilidad de costos, presupuestos de ingresos y egresos y análisis financiero) son utilizadas de forma regular por las MIPYMES agroindustriales. Cabe mencionar, que son las medianas empresas las que emplean con mayor frecuencia cada una de ellas.

De acuerdo a los resultados sobre fuentes de financiamiento se puede establecer que las MIPYMES agroindustriales utilizan como fuentes de financiamiento preferente los recursos propios de la empresa, es decir, aportaciones de los propietarios y reinversión de utilidades, seguido por la opción de aplazamiento de pago a proveedores y en tercer lugar por obtener los recursos de fuentes informales. Mostrando que el crédito bancario anual o mayor tiene un uso nulo por parte de las micro y pequeñas empresas, siendo las medianas empresas las que utilizan

dicha fuente pero que no influye en gran medida en el estudio ya que las empresas de éste tamaño en este sector son pocas.

Por lo anterior podemos concluir que las preferencias de las fuentes de financiamiento de las MIPYMES del subsector agroindustrial en el estado de Tabasco no cumple cabalmente con lo que señala la teoría de la jerarquía de Myers y Majluf ya que las MIPYMES agroindustriales sí prefieren en primer término las fuentes internas como lo establece la teoría pero en segunda y tercera opción no se encuentran el crédito bancario y la emisión de bonos, respectivamente; sino otra fuente externa que no causa intereses, como el aplazamiento de pago a proveedores y las fuentes informales.

Bibliografía (Referencia)

- Aragón, A. y Rubio, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las Pymes industriales en España. *Universia Business Review*, (8), 38-51. Recuperado el 25 de Julio de 2013 de: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=e93cc943-b990-4b12-aa2b-dd04e8fc746c%40sessionmgr12&hid=26>
- Esparza, J. y Ceballos, R. (Septiembre, 2009). *La gestión financiera de las MIPYMES, en Cancún, Quintana Roo*. Trabajo presentado en el V Coloquio Internacional sobre pequeñas empresas. Cancún, Quintana Roo. Recuperado el 5 de julio de 2013 de: <http://biblioteca.coqcyt.gob.mx/bvic/Captura/upload/LA-GESTION-FINANCIERA-DE-LAS-MIPYME-ARTREV.pdf>
- Estrada, H. (2013). Evolución de la competitividad de las Mipymes de la rama económica hoteles del estado de Tabasco 2007-2012. (Tesis maestría, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco). Villahermosa, México. UJAT
- Gómez, A., García, D. y Marín, S. (2009). Restricciones a la financiación de la Pyme en México: Una aproximación empírica. *Análisis Económico*, 24 (57), 218-238.
- Gómez, A., López, M. y Ruiz, J. (Octubre, 2010). *Preferencias de financiamiento de la PYME familiar en Puebla, México: Aproximación empírica*. Trabajo presentado en el XV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. Ciudad Universitaria, México, D.F. Recuperado el 5 de julio de 2013 de: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xv/ponencias/121.pdf>
- Hernández, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Jensen, M.C. y Meckling, W. (1976). "Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost and Ownership Structure", *Journal of Financial Economics*, 3 (4), 305-360. Recuperado el 5 de febrero de 2014 de: <http://www.sfu.ca/~wainwrig/Econ400/jensen-meckling.pdf>

López, E. (2013). *Evolución de la competitividad del sector empresarial de Tabasco*. (Tesis maestría, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco). Villahermosa, México. UJAT.

Miles, R.E. y Snow, C.C. (1978). *Organizational strategy structure and process*. New York, U.S.A: McGraw-Hill.

Navarrete, J. y Sansores, E. (Septiembre, 2012). *Pequeña empresa y estructura de capital: Una revisión teórica*. Trabajo presentado en el V Coloquio Interdisciplinario de Doctorado. Puebla, Puebla. Recuperado el 5 de julio de 2013 de: http://cecip.upaep.mx/conacyt/memorias2012/cd/documents/02_04.pdf

Sánchez, C. y Valdés, P. (2011). Efectividad institucional de los programas de apoyo a las MIPyMES en México. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 4 (2), 83-100. Recuperado el 25 de Julio de 2013 de: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=27&sid=e93cc943-b990-4b12-aa2b-dd04e8fc746c%40sessionmgr12&hid=26>



IMPORTANCE OF OPERATIONAL MANAGEMENT TO ACHIEVE SUSTAINABILITY IN A SMB

Steffy Pérez Astorga

- Calle 19 #211 Col. Jardines de Anáhuac. San Nicolás de los Garza, Nuevo León CP.66463

- Mexicana

- steffyastorga@gmail.com

Martín Alejandro Olvera Muñoz

- Marabú #332 Enramada 4to Sector, Apodaca, Nuevo León CP 66635

- Mexicano

- martin.olveram@hotmail.com

Angélica Reynosa Barbosa

- Juriquilla #429 Col. Ex. Hacienda el Rosario, Juárez, Nuevo León CP. 67255

- Mexicana

- an.reynosa12@gmail.com

Fecha de envío: 19/Abril/2015

Fecha de aceptación: 17/Mayo/2015

Abstract

This paper shows a study we made to benefit small companies in general, it based in the problems that a SMB had in the last years (CIEM). We examine the problems or situations that have played a big role in CIEM's decrease in production and try to provide solutions for each of the problems and provide a general solution for the enterprise that could help to increase its profit, hoping these also help many other small companies going through the same kind of problems.

Key terms

- Small Medium Business (SMB)

- Sustainability

- Operational Management

Introduction

In the world of business, companies must always get on synchrony with the environment that surrounds them, and this also and specially applies when we talk about SMB¹. The reason being that large companies are the ones who lead the development of business, given that they have the largest impact in the economy of the specific environment. It is then, the responsibility of the SMB's to adapt the way their companies work to not perish under the pressure of a totally different way of doing business.

In this particular case we have chosen a small company that repairs and distributes mechanical equipment, called CIEM. This is a small company that has been working for 10 years, and it has not yet accomplished a strong development inside its area of opportunity. The company was sustainable in the first years of operation, but after the economic crisis CIEM went from having 6 workers to only 2. To many people, 6 workers are not at all a large amount of employees for a company and the drop from 6 to 2 employees wouldn't sound that important or serious, but for a SMB, having to fire a third of its workforce due to the lack of development and decrease of reach inside the market is an issue that requires measures to be taken.

For this research project, we will attempt to find a solution for the actual problem CIEM has. The economic decline of the SMB due to the exponential growth of the economy that surrounds

¹ Small and Medium Business

them, and we will take CIEM as our research subject. Why we think it is important to dig into the issue, it's because we've found that in many cases, the exponential growth of emerging economies do not reflect the same growth when it comes to SMB. We think our research can help other SMB in the same position CIEM is (there are no few) to raise their profits and survive in the growing economy. We believe a study of the SMB's and how emerging economy affects them can bring a positive outcome to the way SMB's are handled, and also the strategies that can be applied to increase the effectiveness of the small enterprises. If we can present a strong proposal to help CIEM get out of the issue it has right now, it can be presented as a basis for other companies in risk to develop their own action plan.

Now, back on the example we have chosen, the economic crisis is just one of the problems CIEM faces at this moment. In the last few years, other SMB's have started to work in the same area CIEM does, increasing the amount of competitiveness in the environment that surrounds the company.

In this paper we will review the main reasons why CIEM is having this problems, alongside a deep analysis of the companies' situation, everything focused in trying to present a solution to get CIEM out of the numbness it has presented in the last years.

Theoretical Framework

We decided to research a small enterprise in order to find out how it worked and to understand its financial situation compared to one of a bigger enterprise. "A small and midsize business (SMB) is a business which, due to its size, has different IT requirements" and often faces different IT challenges" than do large enterprises, and whose IT resources (usually budget and staff) are often highly constrained." (Gartner, 2013).

"Even before an investor looks at a company's financial statements or does any research, one of the most important questions that should be asked is: What exactly does the company do? This is referred to as a company's business model - it's how a company makes money." (Ben McClure, 2015). By researching a company's business model it is way easier to comprehend the situation it is in and how it is managed in order to actually be able to analyse the financial situation and how the company reacts to crisis, especially economic ones.

One of the problems we found during our research of the small company CIEM was inefficient operation, since we noticed that the company took too long in their operational process because of the lack of employees to help out and make everything run faster, making it so that they were losing money in this process that is supposed to be more simple. "Inefficient operations detract from bottom-line profit and product quality, making it critical for businesses to identify waste and streamline operations. Efficient production situations have well-designed processes and procedures that allow personnel to complete their duties as quickly and accurately as possible.

Inefficient situations are exactly the opposite and suffer from excess waste.ö (Joseph DeBenedetti, 2015).

We found that the new competitors have played a big role in CIEM's decrease in production since now possible customer have way more options than they did years back and this is a threat to the company. So we came to the conclusion that the company should invest more time on researching the competition in order to find a way to "beat" them and not lose or gain more customers. "Competitors. Whether you want to admit it or not, they're out there and they're hungry for your customers. While it might seem unfair given everything else you need to keep on top of in building up your business, you might want to consider devoting the time and energy into keeping tabs on your competition. By monitoring competitors on an on-going basis you get to know their behaviour and so can start to anticipate what they will be likely to do next.ö (Darren Dahl, 2011).

"No business is static. Your business is on an upward track or on its way down. Making improvements to make your business better is a conscious choice. Not only must you balance your time but choose the right area of business that will make the biggest impact.ö (Darrell Zahorsky, 2015). One of our approaches is that this company definitely needs to change some things to improve, but they need to make a good research about their areas of opportunity so they can be successful at them.

Method

To make the research of the company, we considered the most effective method to find the true situation CIEM is living at the moment was analysis method.

We visited the installations of the company to see how CIEM is working this year. We were received by its owner, José Olvera, who is currently one of the two people working in the company. Inside the installations, we made a review of the conditions of the place, the methods José has to repair the equipment, and the flow of work he receives at his shop.

Also, we made him an interview so he could tell us the financial situation of the company, and how the business has been working in the last couple years.

Then, we decided that the best way to understand what was stopping CIEM from growing as a company was to compare the processes and the organization of the company to other successful companies that worked under the same environment and field. We also made a research of the amount of potential customers that CIEM can possibly have in its environment, with the objective of making a forecast of how much the company can possibly grow, and searching for new areas of opportunity for the enterprise.

This research gave us a total view of the situation the company is living, and how cases of success differentiate to CIEM.

Another reason why CIEM is having financial problems is because it is having a hard time

having the customers paying on a short term. This is the common case of a SME that has big organizations as customers. We inquired José about how long it does usually takes to CIEM to get the payments for the offered services, being this key part of the financial situation of the company.

In resume, facts we took in consideration to make the field research:

The process, which is strictly related to the efficiency of the company, therefore related to the profit the company can have, increase the efficiency, and increase the profit.

Competitiveness, that is related directly with the amount of work a SMB will receive, being of special importance considering SMBs value their customer enormously, given they don't have as many as large enterprises.

Areas of opportunity, that if taken correctly, can mean the difference between a brilliant future or a bad outcome for the company.

These are the three main subjects we based our research on, as we believe these are the main points to study to create a solid proposition of improvement for absolutely all SMBs.

Also of course, we covered a particular problem CIEM has, that also applies for a lot of SMBs (not all of them though), which is the difficulty of the relation they have with large companies they work for, affecting them financially and putting in danger their small business.

Field research in SMBs, as well as gathering info about their processes, and even visiting the large enterprises to see firsthand how the relation with SMBs are, is how we worked the following results.

Results

CIEM is a small company that was formed 10 years ago and now has only two workers, its mechanic and owner, and his wife, who is in charge of the finances of the business. Its principal activity is to give maintenance and repair forklifts, and in occasions purchasing and selling them.

Although CIEM is a small company, its customers are mainly large international companies, which do not have specialists to repair the damaged equipment.

During our research, we found three main problems as of why CIEM has not been able to develop as a company and its becoming unsustainable for his owner to carry on with it.

We divided the results in this paper into three different sections, each one signaled as one of the problematic, followed by the analysis of each one and the proposed solution for the specific problem. In the end, there is a suggested plan of action based on our opinions after the analysis, including the three problems as a whole.

Problem no.1-CIEM has an inefficient operation

Analysis.

The process of CIEM is basic, yet it consumes a lot of time and it's not efficient. This operational process is the following: The company picks up the damaged equipment in the

customer's location, brings it back to the shop, once there it receives a review to set up a price for the repair, than is then presented to the client. Once the customer agrees with the price, the product gets fixed², and finally delivered back to the client.

During our investigation, it wasn't hard to spot the reason why the process is so inefficient. The reason is simple; everything is done by the same person. CIEM used to have a total of 6 workers, one in charge of the accounting of the business, one in charge of transportation of the products, two mechanics repairing the equipment, and one person always looking for new customers. In that situation, the whole process is divided into three different processes: transportation, reparation and marketing. As it is commonly known, a process is more efficient when there is a specific employee doing one specific part of the process. After the crisis a few years ago, things started to go bad for CIEM's finances, as it did to all the clients of the company, forcing the enterprise to let go 4 of its employees, who were in charge of a specific part of the process. After the crisis, the owner of the business had to entirely rely on himself to keep the business working, but the economical sustainability of the company has been in jeopardy ever since. We realized that the reduction of the people involved in the process increased enormously the time that it takes CIEM to complete an order. Before the cut of personnel, at CIEM they were able to pick up more than 20 pieces of equipment in a day, because there was a person whose only job was to drive around the city picking up the equipment and delivering the repaired equipment back to the enterprises. The mechanics were able to focus only on repairing the equipment, which allowed them to repair

² How long it takes the mechanic to repair the machine depends on the complexity of the damage

at least 6 pieces of equipment a day, ready to be delivered the following day. The person in charge of marketing was able to go around industrial parks and companies trying to get new customers, allowing CIEM to have a bigger client wallet to always be filled up with equipment to be repaired. This person would also offer new equipment to the enterprises he visited, opening a new field of opportunity for the CIEM to make profits.

But after the crisis, this well organized process got destroyed and turned into pieces drastically. The whole process relies now into one single person, the owner of the business.

Needless to say, efficiency of the process dropped so much that the company is now in a crisis.

One person is able to cover the full process, because he has the knowledge to do so, but the numbers he is producing aren't even close to the ones CIEM had on its previous years.

During our investigation, it was clear that the owner had to let go the 4 employees for the impossibility to afford the cost of the salaries. During the interview we had with the owner of the company, we discovered that CIEM had never received any type of support, from the government or else, and he never looked for a business incubator.

This reduced the possibility of the company of growing into something bigger, and even stopped them from keeping the low but sustainable rhythm of growth they had have in the first 5 years since its foundation.

The company no longer has the resources to invest on a way to improve the operation. In this particular case, there's no need of developing a new process, the only thing that is necessary is to

standardize as much as possible the existing process dividing the tasks with different employees.

It is not possible to run CIEM on a perfect standard as if it was a production line in a manufacturing company, because there are too many factors that make each order different from each other.

On the study we did, none the less, the area of opportunity CIEM has to expand its business is really big. At this moment CIEM has around 25 solid clients, that in average give the company 1 equipment to be repaired each month. These are almost all clients that CIEM gathered when they had a solid and efficient process of distribution and repair. The company has an opportunity to gather more clients if they go back to the way things were working before the economic crisis, and the growth the company can have with the area of opportunity can be exponentially important. Also, CIEM has kept their focus mainly on the repair of the equipment, which as we mention before, can be unpredictable and changing. On a smaller scale, CIEM also does buying and selling of new equipment, and as we were able to prove in the interview we did to the owner, is way easier, because it only requires to pick up the product from the supplier and deliver it to the client. This is an area of opportunity CIEM has not yet explored, than can even give the company more profit than the repairs themselves.

Proposed solution.-

For this first problem that we found, in order to stop the unsustainability of CIEM, an investment is required to make the process more efficient. It may not be something the owner is willing to

do, but from our point of view, the company needs economic help to get out of the ditch where it is now. In today's economy, efficiency means competitive advantage, and that is translated into more profit for the company. If CIEM wants to grow as a company it is necessary to invest to hire someone to help the owner improve the way the company works. At the same time, we do recommend to make special emphasis into the purchase and sale of products, because it can provide a big entry of income for CIEM.

Problem No.2- The difference between the capacity of handling the current economic situation of CIEM and its clients.

Analysis

In our research, we found that almost all of CIEM's customers are large international enterprises, which for a SME would sound as something ideal, but the way large companies work and the needs of a SME like CIEM are two totally different things. With the current economic situation of CIEM, it's of vital importance to get as much profit as possible to cover the fixed expenses of the business, and for the owner to make a living out of the business. None the less the everyday needs of a SME are not of a large companies concern, in the new emergent economy after the crisis, all the enterprises, even big transnational companies have some financial problems. Or even by simple protocol, it takes these enterprises at least 1 month to process the payment for the services. For a company like CIEM, this is a big issue, because they need an almost daily income

to fulfill the need of the company and his owner.

When we interviewed the owner, he mentioned that this was indeed one of the main problems he had, and one of the reasons why he couldn't afford to hire someone to improve his process. The delay in the payment might bring the owner a legal problem, that with the current situation of the company, it's the last thing he needs.

This is a good opportunity to discuss how SME relate and are affected by the environment of big companies that surrounds them. In this particular case, CIEM's market opportunity decreases a lot with some of the largest companies in the city, because they already have someone to do the job for them inside the same company. And for other SME's it's even worse, because there are small companies who try to produce the same product as a large company, and the small company just isn't capable of competing with the prices and reaching possibility of the bigger companies.

All these are ways, in which the large companies set the precedent on how things are to be done in business, and sometimes it's hard for SME's to keep up to the standards of big companies.

They face the reality that their business model just isn't sustainable in the environment that surrounds them and this difference is what stops many SME from growing and developing. This is exactly one of the problems that is causing CIEM to have economic problems, alongside the lack of customers and work, the ones it has have a different model of business, and it's almost impossible for CIEM to stand the long periods of payments large companies have.

Proposed Solution

The proposed solution we came up with for this problem is strictly related to the solution in page (page#). By expanding the quantity of clients CIEM can have, instead of receiving payments every month, the company may be receiving payments every 15 days, and as the number of clients grows exponentially, the more recurring payments CIEM will receive. The only way to keep the pace alongside large companies is for SME to merge as new reference points for the economy that surrounds them. This is hard and of course is not thought to be a short term solution to the problems of CIEM, but definitely if the company doesn't want to suffer from the difference in the working ways of its clients, it is therefore essential for CIEM to climb a step higher into the economy of its surrounding, which brings us back to the solution of the first problem discussed in this paper.

Problem #3- New competitors merging in the surrounding of CIEM

Analysis

After we gathered information on how CIEM was working as a company, we decided to review the potential competition the company has, that might be taking customers away from the enterprise. According to the owner of CIEM, when he started there was around 6 similar companies in the city. Of course in a city as big as Monterrey and with a number of companies so astonishing, 6 companies doing the same for so many enterprises should leave enough customers for everybody. None the less, in the last couple years the number of competition has risen, and companies now have way more options besides CIEM to choose from. We made a

research on the most recently open workshops, to see if they mean a threat for the current customers CIEM has. We found a key difference between CIEM and the competitors on the client focus they have. While most of the companies in the city have as customers other SME, CIEM has as main customers large companies. This represents an advantage because there are many more large companies in Monterrey than SME that can potentially become customers of CIEM. On the other hand, in the field investigation we realized the new merging companies do have a better process than CIEM, meaning that they can reach more potential customers than CIEM. At the moment for what we mentioned before, the competitive environment hasn't affected CIEM's economic situation directly, but it does affect the potential growth the company can have. CIEM hasn't expanded its target aside from the large companies, that cause the 2nd problem we mentioned in this paper. The solution we propose is to make a business plan to take the customers the new companies are slowly gathering. With this we intend to solve two problems, SME usually have a shorter time-frame to make the payments, and they represent a huge area of opportunity is CIEM knows how to take advantage of them.

General solution

In the way new companies are merging everyday trying to make a stand to the big multinationals and be a part of the economic system of the country, the only way to be sustainable it to do the same and try to grow as a company. CIEM is no exception in this matter. The company is not sustainable before the merge of new competition and the changes of the way its clients work,

because after the crisis the growth CIEM had stopped. The solution we propose is to look for an investment, a partner, or even a business incubator, to hire back personnel to improve the operation's efficiency, in order to increase the profit. At the same time, we think CIEM should start a marketing campaign to try to reach other SME and make them customers, neutralizing the threat of the competitions and increasing the affluence of work in the shop, and therefore, the profit. Finally, we also recommend exploring the other area of opportunity the business has the purchase-sale of the equipment. Giving more emphasis to this area will increase the reach area of the company, produce more profit, and grow as a company to regain the sustainability CIEM had before the crisis.

Now, how does this help the whole group of SMB that are having the same issue? We've come to the conclusion that SMB's fail to develop for the lack of resources to become stronger and create a bigger competitor to already established large companies. A proposed solution would be, to merge with companies that are already well positioned into the market, in order to have a bigger reach and economic sustainability. Strategic agreements with other SMB's can also be affective, as they can work together to fulfill the areas of opportunity the other counterpart has, and the other way around. Join strengths and correct weaknesses, by creating smart strategic bundles with companies that can give the SMB the resources to sustain and grow in the market.

Conclusions

With the research we performed on this specific company, we were able to discover why many SME never reach sustainability. They are too easily affected by larger companies and economic crises. In Monterrey's economy in particular, there are always companies merging into the market, representing a competition too big to handle for SME. This stops them from developing or even takes them down once they were already sustainable enough in their environment. For this particular case, CIEM represents no difference to the issues many SMEs face now with the merging economy in the state. Sadly, the solution for all of them is the same. Grow and expand, or become extinct. SMEs must take hand of all the possible ways to do so until they find one that allows them to surpass the unsustainability of the area where the smallest SMEs are located in the business environment. For a company to accomplish success and sustainability, an exponential growth is necessary, otherwise, the company won't be able to stand the competition large companies present.

Also, if the company does not have a way to find resources and keep going on their own, they must consider making strategic relations with other companies in order to grow. With the study and research we performed on local SMBs, if none of the previously mentioned solutions are applied, the outcome will most likely be the unsustainability of the company and lastly the closure of the same. After the first year of life of new SMBs, the most critical one, the development curve of the SMBs is in most cases impossible to climb, and given the limited resources most SMBs have to start with, a strategy must be developed before the company reaches such situation. The options we presented before, are in our opinion, and according to our interpretation of the data we gathered, the best way SMBs can battle the merging of new economies in the country.

Bibliography

Gartner. (2013). "Small and Midsize Business (SMB)." <http://www.gartner.com/it-glossary/smb-small-and-midsize-businesses>

McClure, B. (2015). "Fundamental Analysis: Qualitative Factors - The Company." <http://www.investopedia.com/university/fundamentalanalysis/fundanalysis2.asp>

DeBenedetti, J. (2015). "Description of an Efficient & an Inefficient Production Situation." <http://smallbusiness.chron.com/description-efficient-inefficient-production-situation-80302.html>

Dahl, D. (2011). "10 Tips on How to Research Your Competition." <http://www.inc.com/guides/201105/10-tips-on-how-to-research-your-competition.html>

Zahorsky, D. (2015). "10 Quick Tips to Improve Your Small Business." <http://sbinformation.about.com/od/bestpractices/qt/bizimprovement.htm>



OPERATIONAL ADMINISTRATIVE PROBLEMS IN A MEDIUM-SIZE ENTERPRISE

Mario Alberto De la Garza Villarreal
Idelfonso Vázquez #1492 Col. Francisco I. Madero Monterrey, N.L.
mario_guitar_tigrillo@hotmail.com

Pedro Antonio Chavana Salazar
Alonso de León #226 Col. Campestre Mederos Monterrey, N.L.
Pedro_chavana@hotmail.com

Néstor Fernández García
Santa Lucia #135 Residencial San Isidro 2º Sector, N.L.
nestorjfernandez19@gmail.com

Facultad de Contaduría Pública y Administración (FACPYA), UANL

Fecha de envío: 20/Abril/ 2015

Fecha de aceptación: 17/Mayo/2015

Problem

Learning curve.

When I assumed the responsibility of running the company, I realized we had many years working in the same way. For example, when I visited the company store, I noticed that workers used the same tool, racks and shelves, plus the same procedures that were not necessarily the most effective. There was much disorder among shelves, some materials were not well accommodated, and some others had several years of being on hold without being able to move.

Analysis of the process.

Another problem facing us was not have well-defined processes. This became especially at times affect two areas or departments where they entered operation while sales were made more concrete. Sometimes, special discounts offered to key customers under volume programs. This allowed increasing our market share and free spaces in our store. However, once our commercial area registered sales, credit and collection area did not have full information about special discounts that were agree at that time with customers. This caused them to spend too long to corroborate discounts between commercial and customers when receivable.

Hypothesis

As Hypothesis of the operational administrative problems, they also thought in the model of manufacture and administration in which many enterprises have been benefited. It is a very efficient model that is called TPS (Toyota Management System) and also is called The Toyota way, and it is a model of production, òa production system which is steeped in the philosophy of "the complete elimination of all waste" (TOYOTA, 2015) imbuing all aspects of production in pursuit of the most efficient methods. òThis production control system has been established based on many years of continuous improvements, with the objective of "making the vehicles ordered by customers in the quickest and most efficient way, in order to deliver the vehicles as quickly as possible.ö (LEAN SYSTEMS PROGRAM NEWS, 2014)

The production area is very important in the enterprise because is in which they produce a product or service, thanks to the model TPS that support this area.

Abstract

The first operational administrative problem presented was that the enterprise was working in the same way in many years; the workers used the same tool and the same procedures that were not effective, the method they used as solution was the concepts of 5S to achieve having order and cleaning for the storage. The results were positive because they begin to have benefits such as optimize the process of shipping of merchandise to customers.

Another important problem that had the enterprise was that they didn't have well-defined processes, it affected when two areas entered when sales were made more concrete, the method they used as solution was de Ishikawa diagram through the analysis cause-effect. It was missing improve the process for document the information in their system, TI support them and as result they achieve streamline prices and conditions of payments agreed with the customer.

Key terms

- 5σ method
- Ishikawa diagram
- TPS (Toyota Management System)

Content

Introduction

This research is about the operational administrative problems that have an enterprise, in this case, we are going to mention some problems about a medium-size enterprise and also how it worked to find some solutions to resolve them and what results they obtained.

This research involves responsibility to analyze the problems, find solutions to resolve them and take decisions of what they needed to do to have positive results. It is important to find solutions to resolve the problems, because if an enterprise doesn't find them it can have some different risks that are going to affect generally the organization or some specific areas, loss of control, bad evaluation, take bad decisions, etc.

One important point to operational administrative problems is to have Administrative analysis techniques to find the solutions, to use the techniques in this case first it is important to locate the problems, then to see if they need changes, analyze them to take a decision, research or look for something that can be useful to resolve them, think for some different solutions (planning), do what we found to resolve them, and finally get the results and compare them with another ones to know if the results are considerable (evaluation).

An important role in the analytic process is the employees because they are engaged in this kind of problems, why? Because the employees also support in the decision-making, thanks to the recommendations that they give to other specific areas.

Efficiency and effectiveness is another important role that has this research, because it was necessary to implement a program to improve the Operations area. The efficiency the

quality of the product and synonym of productivity and effectiveness mean when the product or service accomplish the objectives required.

In this research, the enterprise took decisions of how to manage the organization, because they begin to see that they were working in the same way for many years, that's why they needed to change those problems and also a problem of well-defined processes. Through this research we're going to see step by step how the problems were presented, how they did to resolve them and what results they had.

Theoretical Framework

It is a very important phase because it consists in developing the theory that will explain the project, in this case the company issues already selected. The theoretical framework must demonstrate an understanding of theories and concepts that are relevant to the topic of your research paper and that relate to the broader areas of knowledge being considered. (Swanson, s.f.) Once selected the theme object of study and the questions guiding the research following it would be to make a rigorous review of the subject.

In this paper, we explain several issues that were in a distributor of parts for cars and engines. Let us see which the main problem was and find solutions for it, also to understand every step of the process of managing the business.

The main problem in the company was that they did not use the best material and tools because when he visited the warehouse of the company, he could note that workers used the same old tool, racks and shelving, as well as the same procedures that were not necessarily the most effective. There was much disorder between shelves, some materials were not well accommodated, and some others had several years living in hold no one could move.

Another problem facing us was the do not have well-defined processes. This became mainly affect us in moments where two areas or departments came into operation while sales are concretized. This allowed increasing our market share and freeing up space in our warehouse. It was also synchronize areas of distribution of sales by that sometimes the product had been sold and had not registered for sale. This also affects the company pocket.

In this case, the company to solve all the problems that had decided to resort to people trained to see which the best solution was for the company and came to **5s method**, which is a Japanese method that was employed in 1960 by the company Toyota, which is a well-known global auto brand, was the best solution. (EPA United States Environmental Protection Agency, 1995) The 5S are called because they are the initials in Japanese, which are SEIRI, SEITON, SEISO, SEIKETSU and SHITSUKE. It is order, classification, standardization, and maintains discipline.

The purpose of the 5S is to:

É Improve working conditions and staff morale. It is more pleasant and safe work in a clean and tidy place.

É Reduce time and energy costs.

É Reduce risks of accidents or health.

É Improve the quality of the production.

É Improving safety at work.

Also used the diagram of Ishikawa which is cause and effect and noticed a big difference as the 5S with the main idea of the diagram is

É Identify the real causes, and not only its symptoms, of a given situation and group them by category.

É Summarize all of those relationships between the causes and effects of a process.

É Promote the improvement of the processes.

É Consolidate those ideas of the team members on certain activities related to quality.

É To promote also the thinking of the team, which will lead to a greater contribution of ideas.

É View a global and structured in a particular situation since carried out an identification of a set of basic factors.

The solutions employed by the company were the most successful first nothing to notice there was a problem after searching for the best solution and hired foreign people who had nothing to do with the company and could file the problem from the roots then start applying what was recommended by the consultants and also told us that are already in process of obtaining the ISO 9000 that for any company is a great certification.

All made by the company has served and benefit to all areas and including even in economically, for something as basic as it is to keep the order the company has failed to carry much better control. It is a great idea the 5S as the same as the diagram of Ishikawa. They take a great decision investing good time in their company.

Methodology

“The research methodology is a discipline of knowledge, responsible for develop, define and systematize the set of techniques, methods and procedures that should be followed during the development of a research process for the production of knowledge. It is oriented the way in which we are going to focus on an investigation and the way in which we will collect, analyze, and sort the data, with the aim that our results have validity and relevance, and meet standards of scientific requirement.” (Writing your Dissertation: Methodology, s.f.) The methodology of the research, in this sense, is also part of a research project where are exposed and reasonably describe the criteria adopted in the choice of methodology, whether quantitative or qualitative.

“Methodology also refers to the series of methods and techniques of scientific rigor applied systematically during a research process to achieve a theoretically valid result. In this sense, the methodology works as the conceptual support, which governs the manner in which we apply procedures in an investigation.” (Alvarado, 1999) Companies have been organized based on departments or areas that operate in isolation. In this way is difficult the implementation of strategic plans and the orientation towards the customer. Today organizations move in a dynamic environment, which provides large impacts on their ability to meet the goals and objectives. This requires attention to the processes of the organization.

There are different work methodologies, which differ in the sequence of steps to be carried out and in cases where it can be applied to management by processes.

There is a unique way to represent and visualize processes in organizations, but that different criteria are related to the representation and description. Not all the processes of an

organization have the same influence on the satisfaction of customers, costs, or the satisfaction of staff

On this occasion they first detected the problem they had in all areas, then had a brainstorm and came to the decision that the best idea was to hire people external to the company so that they will help you with the problems that had, the experience of these people came to the 5S which is a large part of the solution of all problems which had similarly came to use **Ishikawa diagram** and was also part of the solution, "The fishbone diagram is a cause-and-effect diagram that can be used to identify the potential cause(s) for a performance problem" (Gupta, 2007), if the company did not have a big problem but with this we give has the important thing is to maintain order and control of all things either from the offices as up to the wineries, because in the holds much material is wasted without knowing whether it had or merchandise not available.

At the end, they realized that "they have been a little more than one year worked with 5's in our warehouse and we have seen benefits in the amount of material that we can put in the same space. Also, has reduced the number of accidents per year. In addition, optimized the process of sent merchandise to customers since it is much easier to identify in a clean and orderly warehouse part numbers." (Silva, 2015)

The process of collection is has streamlined once that there is already a bill where specified in system prices and payment conditions agreed upon with the client. Also has lowered the level of wear and tear caused departments to correct documents and rework in general.

Currently the approach by processes in the management of companies is an element to elevate their competitiveness. The identification, analysis and improvement processes ensure the solution of the problems of efficiency, efficacy and effectiveness.

To achieve the visualization of processes and sub-processes, enterprises, rely on the representation of these diagrams and chips from processes that allow to obtain preliminary information on the extent of them, their times and their activities, although there is a way to represent them and describe them. Just as there are different methodologies of work to develop a process-based management.

The entire process was done correctly and there the results obtained of all this, as already mentioned it being a company with much disorder now are in search of the certification ISO 9000. We expect and they can get it. With hard work and dedication like the owner said that "they can get everything including the stars, but we have to work very hard before."

Results

"We have a little over a year working with the method 5's in our store and have seen benefits in the amount of material that can be placed in the same space" (Silva, 2015) This is because it is required personal and lasting commitment of all workers so that the company is a true model of organization, cleanliness, safety and hygiene to separate the necessary things and which are not maintaining the necessary things in a convenient place and at a suitable location.

"It has also reduced the number of accidents per year." (Silva, 2015) This is because all companies must have some accident rate, but to reduce the risk, the company trains the operating personnel in handling hazardous materials, training of operating machinery, implementation of brigades and drills, medical care in the company.

"In addition, we have optimized the process of sending goods to customers because it is much easier to identify the part numbers in a neat and clean store." (Silva, 2015) This is because in the process 5's in the section "hygiene and visualization" Hygiene is the maintenance of order. Who demands and makes quality takes good care appearance. In a clean environment will always be safe. Those who do not take good care of himself he cannot make or sell products or services quality. This could also be named as part of the integral safety of workers, as management processes were planned for generating documents in and out of store products.

"We used the collection process once there is already a bill where specified in the system, pricing and payment terms agreed with the client." (Silva, 2015) The benefit is that you are charging products and get the money in time and shape due to the timely billing, which is derived from a good system the prices and payment terms agreed with the same client. Another benefit would be edit the generation of extra costs due to the use of personal or telephone

reminder to customers on debt, another benefit would be avoid losses by not generating interest by not having to pay money or time.

"Furthermore, it has lowered the level of wear in the departments caused by correcting documents and re work in general." (Silva, 2015) This means that it has reduced administrative and labor costs by making continuous improvement in the line of document processes.

Conclusion

As a conclusion we think that the analytic process they used to resolve the operational administrative problems was excellent, because as professionals they tried to use some Management tools or programs to resolve their problems such as the Ishikawa diagram that identifies many potential causes for a specific problem or effect, in this case they used this diagram when they didn't have well-defined processes that affected when two areas entered when sales were made more concrete, also TI supported them and as result they achieve streamline prices and conditions of payments agreed with the customer.

We think that the diagram as method they used was good to resolve the problem and also the TI that supported the enterprise because when the commercial area did the special discounts to customers of a manual way in sheets of negotiations authorized by the direction was not correct, they needed to do changes, that's why they look for help of TI to change it and they began to do that but in a systematic way, as result they accelerated the process of collection and it exists a bill that has the system of prices and conditions of payments agreed with customers.

We think that it was a good option to accelerate the process of collection, they achieve to be more effective and an enterprise that is effective and efficient is going to be successful.

The other operation administrative problem was that the enterprise was working in the same way in many years because the workers of this enterprise was using the same tools of work and also the same procedures that were not necessary the more effective. It was a lot of disorder in storages and there was disorganization in tools of work and other things that were not acceptable, so as solution they look for some professional persons to find support and as solution

they thought that they needed to transmit some culture of order and cleaning in the storage, with that solutions they achieve to improve the reception and shipping of merchandise.

To set the course they used as method concepts of the ~~5000~~ is a Management tool that helps to evaluate the workplace organization capability and visual management standards, as a result they began to have more benefits such as having more quantity of merchandise because they have a best storage clean and spacious, the reception and shipping of merchandise has increased it has been optimized, and the accidents of workers has decreased, thanks to those changes.

We think that is very important through the years to have ideas of how change the work system of the Organization, because if the enterprise works always of only one way is going to be boring and not motivate for workers, Globalization has an important role in this kind of problems, taking decisions of innovation and make changes is a good point and the best way to resolve these kind of problems, obviously using Management programs or tools to find support.

Bibliografía

Alvarado, G. S. (Octubre de 1999). *METODOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN*. Obtenido de http://dcsh.xoc.uam.mx/curric/sergio_monroy/pdf/metodologia_en_administracion.pdf

EPA United States Enviromental Protection Agency. (1995). Obtenido de Lean Thinking and Methods: <http://www.epa.gov/lean/environment/methods/fives.htm>

Gupta, K. S. (2007). *FISHBONE DIAGRAMS* . Obtenido de <http://siteresources.worldbank.org/WBI/Resources/213798-1194538727144/9Final-Fishbone.pdf>

LEAN SYSTEMS PROGRAM NEWS. (October de 2014). Obtenido de <https://www.lean.uky.edu/reference/terminology/>

Silva, J. N. (20 de April de 2015). (M. A. Villarreal, Entrevistador)

Swanson, R. A. (s.f.). *USCLibraries*. Obtenido de <http://libguides.usc.edu/c.php?g=235034&p=1561763>

TOYOTA. (2015). *TOYOTA*. Obtenido de http://www.toyota-global.com/company/vision_philosophy/toyota_production_system/

Writing your Dissertation: Methodology. (s.f.). Obtenido de <http://www.skillsyouneed.com/learn/dissertation-methodology.html#ixzz3aFInT21e>



DISCUSION TEÓRICA PARA SELECCIONAR VARIABLES EXPLICATIVAS DE LA CAPACIDAD DE ABSORCIÓN EN EMPRESAS HORTICOLAS DEL SUR DE SONORA.

Mtra. Zulema Isabel Corral Coronado, Instituto Tecnológico de Sonora, 5 de febrero 818 Sur, C.P. 85000 Cd. Obregón, Sonora. Email: zcorral@itson.edu.mx

Dr. Alfonso López Lira Arjona, Universidad Autónoma de Nuevo León, Pedro de Alba S/N, Ciudad Universitaria, 66450 San Nicolás de Los Garza, Nuevo León. Email: Alfonso.lopezlr@uanl.edu.mx

Dra. María Elvira López Parra, Instituto Tecnológico de Sonora, 5 de febrero 818 Sur, C.P. 85000 Cd. Obregón, Sonora. Email: mariaelvira.lopez@itson.edu.mx

Dra. María del Carmen Vásquez Torres, Instituto Tecnológico de Sonora, 5 de febrero 818 Sur, C.P. 85000 Cd. Obregón, Sonora. Email: mvasquez@itson.edu.mx

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 13/Mayo/2015

Resumen.

Las Capacidades de Absorción constituyen un importante enfoque teórico que aporta elementos para la gestión de la estrategia a través de un proceso de adquisición, asimilación, transformación y explotación de conocimiento. El objetivo de este estudio es encontrar las variables para explicar las dimensiones de las CAB motivadas específicamente por el comportamiento de mercado de hortalizas, para definir el diseño de una investigación en un grupo de empresas hortícolas. En este análisis se revisan los fundamentos teóricos de las Capacidades de Absorción y ejemplos de estudios empíricos que han ido construyendo una extensa plataforma teórica. De estos últimos se analizaron las variables utilizadas para medirlas, algunas fueron utilizadas después de rigurosos métodos de validación, otras se extraen de casos de estudios y otros proponen modelos para lograr una aproximación conceptual y práctica hacia una mejor comprensión del tema, y en el caso de este trabajo, enfocado a empresas hortícolas.

Palabras clave: Capacidades de Absorción, comportamiento de mercado, empresas hortícolas, estrategia, desempeño.

Introducción.

Aunque mucho se haya hablado de las condiciones cambiantes que caracteriza a esta importante porción de la economía intensiva en conocimiento, sigue siendo imperativo para las empresas estudiar las condiciones a través de las cuales pueden mantener una posición competitiva en su mercado o al menos una de sobrevivencia, lo que es frecuentemente fuente de innovaciones organizacionales.

Esas innovaciones surgen de un procesos de aprendizaje, en el cual la empresa òprocesaö la información de la situación que su medio competitivo le arroja, de la forma en que logra apropiarla y convertirla en conocimiento nuevo y luego utilizarla para obtener beneficios. Este proceso se encuentra caracterizado por ser dinámico, por requerir capacidades formadas en la empresa durante su trayectoria y por tanto ser parte de sus recursos, temas que se abordan por Eisehard y Martin en el año 2000 después de las propuestas teóricas de Barney en 1991.

Lo que justifica el desarrollo teórico al respecto es el enlace que existe sobre la necesidad de formar ventajas competitivas en la empresa, que esas ventajas se determinan cada vez mas por los flujos de información contenidos en el entorno y su transitabilidad a través del actual sistema de comunicación cada vez más efectivo, lo que ocasiona toda una dimensión de gestión específica para el diseño de una estrategia cada vez más innovadora, e implica profundizar en

temas sobre cómo se administra ese proceso de obtención de información y utilización del conocimiento, como propone Nonaka en 1994.

Sobre Capacidades de Absorción (En adelante CAB), en la literatura revisada puede encontrarse diversos casos que las han estudiado en diferentes tipos de empresas, de tipo industrial, de servicios o intensivas en conocimiento, pero aun no se ha localizado algún estudio referente sobre productoras hortícolas, objeto de estudio del presente trabajo y que se ubican en el Sur de Sonora. Estas empresas hortícolas enfrentan un conjunto de condiciones que afectan específicamente sus operaciones, y los medios para lograr su rentabilidad, diferente en cada temporada de cosecha. Los elementos de competencia se determinan tanto en la estructura productiva local y nacional, como en los mercados, nacional pero sobre todo el estadounidense que es el principal destino de su comercialización.

Por la parte productiva, la región Sur de Sonora se caracteriza por tener condiciones de clima y suelo que encuadran un tipo específico de producción, desde el uso de tecnología, la disponibilidad de agua para estos cultivos y un calendario de siembra - cosecha muy definido por las temperaturas, se debe sembrar en octubre y cosechar a principios de primavera, según la madurez de cada cultivo. Se compete con el principal productor de hortalizas, el vecino estado de Sinaloa, que dispone de mejores condiciones de suelo y disponibilidad de agua.

Por parte del mercado, lo que se produce en el Sur de Sonora se exporta en una gran proporción al mercado estadounidense, lo que confiere el otro ángulo de la estructura competitiva de los productores locales. La comercialización se hace mediante contratos que se pactan al inicio de las actividades de siembra y este momento significa su mayor exposición a la incertidumbre en la toma de decisiones que definirá su rentabilidad, pues en ese momento se fija un precio por tonelada (por adelantado) para lo cual se debe especular y basarse en la información que cada productor disponga.

Este trabajo se enfoca en estudiar cómo las condiciones de mercado de exportación de las hortalizas, cambiantes e inciertas cada temporada, aportan situaciones que influyen en la estrategia de las empresas cada año y que significan aprendizajes iterativos para los tomadores de decisiones, proceso que debiera formar CAB en el transcurso de la trayectoria de cada empresa.

Dadas las circunstancias descritas en el párrafo anterior, lo iterativo de los aprendizajes podría constituir un escenario propicio para el estudio de la formación de CAB en estas empresas, en ese sentido Cohen y Levinthal (1990) la consideran como una nueva perspectiva de innovación, según el grado de avance que registren y sobre todo de la forma en que hayan afectado, se espera positivamente, al desempeño.

Sin embargo, para estudiar a las CAB se requiere encontrar las variables que explican su formación, pues para el estudio específico de los retos del mercado deben considerarse elementos

muy puntuales que afectan a la estrategia que se aborde cada temporada, como: La superficie sembrada (en la temporada anterior y la actual), la disponibilidad de agua, el volumen cosechado por temporada, el precio registrado en la temporada anterior, la regulación en ciertos casos y otros aspectos de política cuando existen.

El objetivo de este estudio es encontrar las variables a través de las cuales puede explicarse las dimensiones de las CAB motivadas específicamente por el comportamiento de mercado de hortalizas, para definir el diseño de una investigación en un grupo de empresas hortícolas con cuyos resultados puedan fomentarse y /o formalizarse contribuyendo a mejorar sus beneficios mediante su estrategia.

Marco teórico.

El diseño e implementación de la estrategia ha sido el tema central de análisis en la literatura sobre competitividad organizacional. Por tanto, el comportamiento de las empresas para su diseño, implementación y evaluación es de particular relevancia si se incorporan los elementos del entorno cambiante.

Miller (1986) plantea que la estrategia es resultado de la capacidad de la empresa para generar o agregar conocimiento nuevo a aquel ya existente, se evalúa a través de la obtención de ventajas competitivas sostenidas y agrega que la estrategia depende de otros elementos más allá de la estructura: de la economía, de la competencia y factores de los consumidores, así como de las

condiciones de los mercados internacionales; pero ambos, estructura y ambiente están relacionados para formular la estrategia (Miller, 1987), por ello la forma en que la empresa logra aprender de los factores internos y externos resulta imprescindible.

En este contexto teórico se ubica el estudio de las CAB, pero previo a su surgimiento se desarrollaron dos enfoques basados en cómo las empresas logran generar ventajas competitivas y sostenerlas en el tiempo: El Enfoque Basado en Recursos cuyo precursor se considera a Barney (1991), y el Enfoque de Capacidades Dinámicas, ambos se consideran sus predecesores teóricos.

Enfoque basado en recursos.

Esta teoría se desarrolla a partir del análisis de activos contenidos en la empresa, refiere a aquellos recursos que habilita a la empresa para diseñar o implementar estrategias que mejoren su eficiencia y efectividad, sobre los cuales se dispone de control, pueden ser modificados, ampliados, capitalizados, mediante la adecuada función de los administradores, pero también pueden ser disminuidos si no se gestionan. Como se encuentran contenidos en una empresa con sus propias características, pueden significar una fuente de ventaja competitiva bajo ciertas circunstancias.

Se considera una ventaja competitiva cuando una empresa implementa una estrategia creadora de valor que no está siendo implementada simultáneamente por ningún actual ni potencial competidor. Se le atribuye el término *“sostenida”* cuando además las empresas competidoras no

son capaces de duplicar los beneficios de esta estrategia. La incapacidad de duplicar una estrategia lo hace posible la creación y conservación de una ventaja competitiva (Barney, 1991).

Capacidades Dinámicas

Resultado de lo anterior y en una forma de extensión del Enfoque de la Empresa Basado en Recursos, el enfoque teórico de Capacidades Dinámicas explica de manera más profunda el proceso mediante el cual se forman las ventajas competitivas sostenidas en la empresa.

Eisenhardt y Martin (2000) refieren a aquellos que usan recursos para emparejar y crear cambios en el mercado, por ejemplo rutinas estratégicas y organizacionales con las que empresas logran configurar nuevos recursos.

Además integran, construyen y reconfiguran competencias internas y externas para dirigir rápidamente los cambios en el entorno, por lo tanto la manipulación de los recursos de conocimiento es especialmente crítico. Junto con la Teoría de la Empresa Basada en Recursos el enfoque de Capacidades Dinámicas va conformando una plataforma teórica para comprender como se forman las ventajas competitivas y como se sostienen en el tiempo, pero el Enfoque de Capacidades de Absorción permite analizar cómo a través del conocimiento, siendo un recurso de la empresa, al ser gestionado se convierte en una capacidad.

Enfoque teórico Capacidades de Absorción

La forma en la que las empresas adquieren sus ventajas competitivas y las sostienen en el tiempo se explica cada vez más por su capacidad para aprender del entorno y de los cambios que este va imponiendo, y como las utilizan para crearse valor y competir de mejor manera, antes se ha dicho que esto podría ser considerada como una forma de innovación organizacional.

Cohen y Levinthal (1990) mencionan a las Capacidad de Absorción como una nueva perspectiva de aprendizaje en innovación, para Zahra y George (2002) es una Capacidad Dinámica que influye en la naturaleza y la sostenibilidad de las ventajas competitivas de la empresa; la relación que existe entre estas últimas y la innovación es muy cercana, ya que muy probablemente en un ambiente de cambios continuos las organizaciones además de aprender deben cristalizar ese aprendizaje en mejoras significativas, en diferentes niveles, por ejemplo el desarrollo de nuevos productos es considerada una Capacidad Dinámica que se mejora, enriquece y construye con el conocimiento organizacional (Cohen & Levinthal, 1990).

Como en las Teorías Basada en Recursos y en Conocimiento y el enfoque de Capacidades Dinámicas, la trayectoria de la empresa es determinante también para la acumulación de capacidades de absorción (Barney, 1991; Eisenhart & Martin, 2000; Nonaka, 1994; Zahra & George, 2002) y también la inversión que se realice en ello.

A través del estudio de las CAB pueden analizarse las diferencias en el desempeño entre empresas de la misma industria, es importante detallar que ésta se compone de los siguientes elementos según Cohen y Levinthal (1990): la explotación de conocimiento externo, reconocimiento del valor de nueva información, asimilación, y la aplicación con fines comerciales; mas tarde Zahra y George (2002) proponen los siguientes: adquisición, asimilación, transformación y explotación.

Zahra y George (2002) definen dos tipos de capacidades de absorción: potenciales se refieren a la adquisición y asimilación de conocimiento y puntualizan, que si bien estas permiten a la empresa hacerse de conocimiento nuevo de su entorno, no garantizan que se logre la explotación; por ello las capacidades realizadas refieren a la función de transformar y explotar el conocimiento, y estas son las que conducen a el logro de innovaciones en diferentes niveles.

La aportación teórica de Cohen y Levinthal (1990) y Zahra y George (2002) ha sido fundamental para construir el enfoque de Capacidades de Absorción, tratando de explicar cómo las empresas utilizan el conocimiento para lograr un mejor desempeño, bien sea por crear una ventaja competitiva o para sobrevivir en condiciones cambiantes. A continuación se muestra una breve revisión de literatura empírica sobre el tema.

Marco Referencial

El estudio de CAB se ha desarrollado en diferentes unidades de análisis, pueden encontrarse estudios a nivel nacional (Narula, 2003) o nivel regional, pero los más abundantes se encuentran en torno a las organizaciones como unidad de análisis, como los que se discuten a continuación.

En los estudios empíricos estudiados se pone a las CAB en diferentes perspectivas, la mayoría de los artículos consultados coinciden en que utilizar a la inversión en Investigación y Desarrollo no es una buena variable para medir a las CAB y algunos como Schmidt han probado que no es significativa para explicarla, en su estudio de 952 empresas de diferentes tipos. Una buena cantidad de estos artículos intentan explicar el desempeño de la empresa, en general o desde un enfoque específico. Por ejemplo, Lichtenthaler (2009) analiza el desempeño en general, pero Kostopoulus et al (2011) aborda particularmente el desempeño financiero, y Kotabe et al (2011) pretende explicar el desempeño en mercados a través de las CAB,

Sobre la forma en que el conocimiento fluye en las empresas, los estudios revisados presentan la perspectiva interna y la externa. Algunos ejemplos son: Schmidt (2003) propone tres tipos de conocimiento para explicar a CAB: Conocimiento intra-industrial, Conocimiento inter-industrial, conocimiento científico; Knudsen et al (2001) utiliza la apertura para compartir el conocimiento externo como una determinante; por su parte Kostoupulos et. Al (2011) plantea las entradas de conocimiento externo.

Los demás autores también incluyen de alguna manera los flujos de conocimiento externo de las empresas, lo que ilustra su importancia como determinantes en la formación de CAB, sin embargo lo que se busca aquí es encontrar variables que evidencien formación de CAB pero a partir del elemento de mercado.

Flatten (2011) que aporta una escala de medición validada para CAB, empieza mostrando un resumen de las corrientes de investigación de las cuales sobresalen para esta investigación las siguientes, por la forma en que se relacionan con las necesidades de información (y de aprendizaje) de las empresas hortícolas: Escaneo del medio ambiente, exploración, procesamiento de información, búsqueda de información, capacidades de innovación, gestión de la innovación, adquisición, creación y diseminación de conocimiento, generación de inteligencia en orientación al mercado.

Lichtenthaler (2009) aporta Technological Knowledge y Market Knowledge como componentes críticos de antecedentes de conocimiento en el proceso de aprendizaje organizacional de CAB. Hace énfasis en la naturaleza multidimensional de CAB y ayuda a explicar la diferencia entre empresas respecto a cómo a como cada una obtiene beneficios del conocimiento externo.

En la sección de Resultados se incluye el análisis de otros estudios empíricos, algunos proponen modelos a partir de investigaciones prácticas, otros presentan una perspectiva crítica (según lo

manifiestan) de las aportaciones seminales e intentan proponer enfoques alternativos, pero de alguna manera todos logran hacer una aportación en el estudio de CAB.

Lo que interesa en este estudio es identificar a partir de las aportaciones de los investigaciones analizadas, variables que puedan ayudar a medir la formación de CAB en empresas que se ven altamente influidas por el comportamiento de mercado, como son las productoras de hortalizas, a continuación se menciona el Método utilizado para lograr este propósito.

Método.

El método de investigación comparativo fue el utilizado para encontrar las variables que expliquen la formación de CAB en las empresas del sector hortícola, el procedimiento seguido fue el siguiente: Se comparó diferentes estudios empíricos para identificar las principales variables utilizadas como explicativas y a partir de ahí contrastar con las necesidades de estudio de las empresas hortícolas para proponer el conjunto de variables independientes. Aunque se reconoce que en el diseño de la estrategia de las empresas hortícolas incluye importantes dimensiones, este trabajo se enfoca en estudiar cómo el flujo de conocimiento externo, particularmente del mercado, propicia la formación de CAB y para ello se delinean las variables que son pertinentes.

Resultados.

A continuación se presenta el análisis de los enfoques de investigación encontrados en los estudios empíricos que se revisaron, se muestra primero la Figura 1 que muestra la relación que

existe entre las señales que provee el mercado de hortalizas para las empresas productoras, las cuales influyen en su desempeño; sin embargo aparecen las CAB en medio de ambos componentes, pues la premisa de este estudio es que son necesarias para lograr mejores resultados.

Figura 1. Relación entre señales del mercado, Capacidades de Absorción y el desempeño de empresas hortícolas.



Las variables encontradas en los diferentes estudios empíricos surgen de diferentes naturalezas de los análisis, algunos que las plantean en un modelo generalizado, otros que las abordan como estudio de variables dentro de la empresa, y en general aportan algún grado de crítica para intentar agregar algún avance en una dimensión diferente.

Schmidt (2003) menciona 3 determinantes de las CAB: 1) las actividades de investigación y desarrollo medidas a través de su intensidad y del stock disponible, 2) el conocimiento previo y las habilidades individuales de los empleados y 3) la estructura organizacional y prácticas de

gestión de recursos humanos. Sin embargo estos 3 rubros profundizan en un nivel de detalle óptimo para empresas con un amplio número de empleados, pero las que se estudian en esta investigación contienen reducido personal que tiene incidencia directa o indirecta en la estrategia.

Omidvar (2013) en una revisión de literatura encuentra que la mayoría de los determinantes se encuentran relacionados con un tipo de conocimiento, y propone un modelo que aborda 3 fases de Capacidades de Absorción: reconocimiento, asimilación y aplicación, incluye de que aspectos dependen cada uno: de la experiencia, sus límites y su clave para el primero, de que exista un espacio para compartir para el segundo, y de rutinas para el tercero.

Knudsen, et al (2001) cuestionan si los estudios empíricos miden realmente a las CAB y la aportación relevante que propone es puntualizar que aunque el conocimiento previo de la empresa es importante, es el conocimiento externo el que provee las oportunidades para generar CAB, esta afirmación es oportuna para este estudio que pretende enfocarse en cómo se aprovecha la información que provee el mercado.

Los artículos revisados coinciden en proponer una revisión crítica a las investigaciones que abarcan en su revisión literaria, como Duchek (2013), sin embargo el análisis que aquí se desarrolla busca más bien identificar las variables más apropiadas para un tipo de empresas específico, las productoras de hortalizas, considerando que enfrentan situaciones competitivas

también muy particulares que pueden requerir de una diferenciación en la gestión tanto de la estrategia como del conocimiento externo pertinente.

En lo encontrado, las CAB pueden ser colocadas en el lugar de variable independiente, dependiente y en algunos casos como moderadora o mediadora, la tabla 1 presenta un resumen acerca de cómo las han relacionado los diferentes autores revisados.

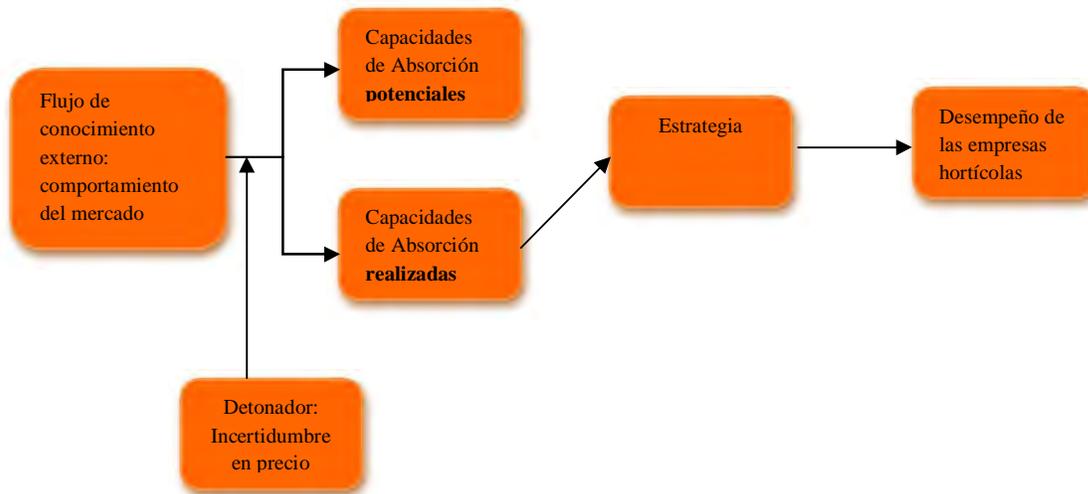
Tabla 1. Comparativos de variables utilizadas en los estudios empíricos revisados.

Autor	Variables Independientes	Variables dependientes	Variables Moderadoras, Mediadoras o de Control
Cohen y Levinthal, 1990	Base de Conocimiento Organizacional	CAB	
Flatten, 2011	Escaneo del medio ambiente, exploración, procesamiento de información, búsqueda de información, capacidades de innovación, gestión de la innovación, adquisición, creación y diseminación de conocimiento, generación de inteligencia en orientación al mercado.		
Lichtenthaler, 2009	Aprendizaje exploratorio, aprendizaje transformador, Aprendizaje explotador, complementariedad de los 3 aprendizajes.	Innovación y desempeño de la empresa.	Moderadora: Turbulencia tecnológica y de mercado
Kostoupulos, 2011	Entradas de conocimiento externo	CAB	
	CAB	Desempeño de innovación	
	Desempeño de innovación	Desempeño financiero	
Lane y Lubatkin, 1998	Knowledge bases & Problem set similarities, knowledge processing similarity	Habilidad de una firma para aprender.	
Fores y Camison, 2011	Capacidad de aprendizaje interno y Capacidad de absorción	Capacidad de Innovación	
	Capacidad de Innovación	Desempeño de la empresa	Mediadora. Capacidad de Innovación.
Kotabe, et al 2011	Lazos políticos con oficiales de gobierno	Adquisición de conocimiento	

	Vinculación de negocios con empresas multinacionales	Adquisición de conocimiento	
	Capacidad de absorción realizada	Desempeño de mercado con productos nuevos.	
Easterby, et al, 2008	Fuentes externas: fusiones, relaciones entre empresas	CAB realizadas Y CAB potenciales	Moderadora: crisis e innovaciones externas, políticas y mecanismos de integración social, regímenes de apropiabilidad
	Fuentes internas: experiencia pasada, aprender haciendo		
	CAB realizadas	Ventajas competitivas	
Schmidt, 2003	actividades de Investigación y Desarrollo	CAB	
	Conocimiento intra-industrial, Conocimiento inter-industrias, conocimiento científico	CA B	
Knudsen, et al 2001	Apertura hacia compartir el conocimiento externo, el rol del entrenamiento como indicador de habilidad para acceder a conocimiento externo, las características del conocimiento.	Desempeño en Innovación	

En esta tabla, se identifican casos de estudios que concuerdan con el objetivo de este trabajo, de localizar variables que representen el comportamiento del mercado como el flujo de conocimiento relevante para las empresas hortícolas. También en lo revisado se encontró que varios autores desarrollan un modelo de relaciones, como Flatten (2011), Zahra y George (2002), y más recientemente Duchek (2013), se consideró útil plantear un modelo de CAB para las empresas hortícolas, para ayudar a la discusión de las variables seleccionadas.

Figura. 2 Modelo de relaciones para CAB de empresas hortícolas.



El modelo planteado muestra los componentes de la empresa y la relación que mantienen para la formación de CAB. De izquierda a derecha, el comportamiento del mercado inicia suministrando el flujo de conocimiento hacia las empresas hortícolas, que como se dijo antes, requieren tener información para estimar un precio esperado, para contratar la cosecha de las temporadas siguientes, por ello se une con una flecha a las CAB potenciales y realizadas pero también al recuadro de incertidumbre por el precio.

Luego, las CAB potenciales y realizadas alimentan a la estrategia y a través de esta tienen efecto en el desempeño de la empresa. Se estima que el conocimiento del mercado una vez que es adquirido, asimilado, transformado y explotado para el diseño de una mejor estrategia puede tener un impacto positivo logrando un mejor desempeño de la empresa.

Ese modelo contiene relaciones de explicación, por el efecto que tienen entre sí, el flujo de información externa tiene un papel importante, pues aparece como el elemento externo que origina una serie de procesos que inciden en la estrategia, acorde con lo planteado por Knudsen et al, (2001).

Por lo anterior las variables que se acercan más a lo adecuado para la medir y evaluar las CAB en empresas hortícolas son aquellas que se definan de fuentes externas a la empresa, por ejemplo las propuestas por Flatten (2011): Escaneo del medio ambiente, exploración, procesamiento de información, búsqueda de información, capacidades de innovación, gestión de la innovación, adquisición, creación y diseminación de conocimiento, generación de inteligencia en orientación al mercado.

En conjunto con las anteriores, también se consideran útiles las variables utilizadas por Knudsen et al (2001): Apertura hacia compartir el conocimiento externo, el rol del entrenamiento como indicador de habilidad para acceder a conocimiento externo y las características del conocimiento.

Cómo el mercado de hortalizas se configura por los hechos de cada temporada y en ello lo más influyente es la superficie sembrada por cultivo en las zonas productoras que determinan la mayor parte de la oferta en el mercado estadounidense, la variable de escaneo del medio ambiente resulta indispensable para tratar de conocer de manera anticipada si es posible, si la superficie

será diferente que las temporadas anteriores, pues esto ayuda a saber si puede esperarse mayor o menor producción con su correspondiente efecto en el precio.

Por otra parte, las características propias del conocimiento que se trata son determinadas por el mercado, es decir corresponden por completo a un flujo externo de información que debe ser procesada, creada y diseminada a los actores principales de la empresa e incluso entre empresas del mismo sector en la zona productora del Sur de Sonora, a donde pertenecen las organizaciones sobre las cuales se estudia aquí.

La variable òRol del entrenamiento como indicador de habilidad para acceder al conocimiento externoö resulta valiosa ya que el conocimiento del mercado que se requiere para estas empresas está disponible prácticamente para todos los que deseen consultarla y más que eso, sepan obtenerla de los lugares digitales o físicos donde se encuentran, por ello fortalecer las habilidades para obtenerlo pueden ser determinantes para las CAB y para el desempeño de la empresa.

Finalmente, la variable ògestión de la innovaciónö aplica al menos en la perspectiva organizacional por lo que respecta a este análisis, es decir, lograr mejores formas de hacer estrategia para lograr mejores niveles de desempeño, ya que debería ser el resultado de adquirir, incorporar, transformar conocimiento, explotarlo para llegar a este fin.

Por tanto, las variables seleccionadas para estudiar CAB en empresas hortícolas son las siguientes: Escaneo del medio ambiente, adquisición, creación y diseminación de conocimiento, generación de inteligencia en orientación al mercado, el entrenamiento como indicador de habilidad para acceder a conocimiento externo y gestión de la innovación, en todos los casos pueden aplicarse para el procesamiento de fuente externas de conocimiento.

Conclusiones.

En la literatura revisada se ha comprobado que cuando se encontraron evidencias de las CAB en sus 4 fases estas han estado relacionadas con el logro de beneficios para las empresas, en algunos casos permitieron incrementar las ventajas competitivas a las empresas, pero en otros se trató de mejorar desempeños en aspectos específicos, como el de mercado en productos nuevos y el financiero.

El estudio de CAB en el sector hortícola se propone importante pues, para ayudar a comprender si a través de ellas puede mejorarse también su desempeño a través del proceso de gestión del conocimiento del mercado como elemento crítico para el diseño de su estrategia.

A través de este análisis se revisaron los fundamentos teóricos de las Capacidades de Absorción y estudios empíricos que han probado su existencia en diferentes tipos de empresas con sus correspondientes relaciones de explicación, difieren en la forma en que fueron diseñados y aplicados pues mientras algunos proponen modelos explicativos para aproximarse de mejor

manera conceptual y práctica a la comprensión del tema, otros realizaron importantes esfuerzos para validar tanto variables como ítems para una medición robusta.

La aportación de este análisis radica en que se enfoca en el estudio de CAB a partir del flujo de conocimiento externo como es el mercado, implica enfocar aun mas los constructos y relaciones que se establezcan para explicar a la estrategia y luego al desempeño de la empresa, pero también permitiría encontrar puntualmente los efectos que en esto tienen, para una gestión del conocimiento más adecuada.

Bibliografía

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.

Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative science quarterly*, 128-152.

Duchek, S., (2013). Capturing Absorptive Capacity: A Critical Review and Future Prospects. *Schmalenbach Business Review*, 65 (7) 312-329

Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they?. *Strategic management journal*, 21(10-11), 1105-1121.

Easterby-Smith., M. Graca, M., Antonacopoulou, E., & Ferdinand, J., (2008). Absorptive Capacity: A Process Perspective. *Management Learning*, 39 (5), 483-501.

Forés, B., & Camisón, C., (2011). The complementary effect of internal learning capacity and absorptive capacity on performance: the mediating role of innovation capacity. *International Journal Technology Management*, 55 (1) 56 ó 82.

Lane, P. J., & Lubatkin, M. (1998). Relative absorptive capacity and interorganizational learning. *Strategic management journal*, 19(5), 461-477.

Lichtenthaler, U., (2009). Absorptive capacity, environmental turbulence and the complementarity of organizational learning processes. *Academy of Management Journal*, 52(4) 822-846.

Miller, D. (1986). Configurations of strategy and structure: Towards a synthesis. *Strategic Management Journal*, 7(3), 233-249.

Miller, D. (1987). The structural and environmental correlates of business strategy. *Strategic Management Journal*, 8(1), 55-76.

Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization science*, 5(1), 14-37.

Knudsen, M. P., Dalum, B., & Villumsen, G., (2001). Two Faces of Absorptive Capacity Creation: Access and Utilisation of Knowledge. *DRUID Conference 2011*.

Kotabe, M., Xiangwen, C., & Murray, J., (2011). Managerial ties, knowledge acquisition, realized absorptive capacity and new product market performance of emerging multinational companies: A case of China. *Journal of World Business*, 46(2011) 166-176.

Kostopoulos, K., Papalexandris, A., Papachroni, M., & Iannou, G., (2011). Absorptive Capacity, Innovation and Financial Performance. *Journal of Business Research*, 64(12) 1335-1343.

Omidvar., O. (2013). Revisiting Absorptive Capacity: Literature review and a Practice-based Extension of the Concept. *35th DRUID Celebration Conference 2013*.

Schmidt, T., (2005). What Determines absorptive capacity?. *Canadian Economic Association*.

Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of management review*, 27(2), 185-203.



LOS CONCEPTOS DE RSE Y LEGITIMIDAD: UN ESTUDIO EXPLORATORIO

Yara Landázuri Aguilera
yara.landazuri@itson.edu.mx
Profesor investigador del
Instituto Tecnológico de Sonora
Estudiante del programa doctoral
Filosofía con especialidad en administración

Adriana Verónica Hinojosa Cruz
avhinojosacruz@gmail.com
Profesor investigador de la
Universidad Autónoma de Nuevo León

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 20/Mayo/2015

Resumen

El objetivo de este documento consiste en realizar una revisión teórica sobre las definiciones de responsabilidad social empresarial (RSE) y legitimidad, describir las principales teorías y definir la importancia de estudiar estas dos variables, no obstante se ha identificado escasa literatura científica sobre legitimidad y RSE, en este país, lo cual puede generar discusiones respecto a las definiciones y propuestas sobre el estudio de las variables RSE y Legitimidad. La presente investigación es de carácter documental, utilizando el método cualitativo para describir la evolución de los aspectos más importantes del fenómeno a desarrollar. Después de analizar las teorías que soportan esta idea, se concluye la importancia de realizar a futuro estudios empíricos que relacionen estas dos variables. La responsabilidad social empresarial y legitimidad son temas que poco se han estudiado en México, por lo que es un gran reto para los investigadores llegar a conclusiones generales al respecto.

Palabras Clave: Desempeño empresarial, dimensiones, legitimidad, responsabilidad social empresarial,

Introducción

Derivado de la globalización, surgen problemáticas cada vez más complejas que recaen en la sociedad, como la desigualdad, pobreza, marginación, calidad de vida, contaminación del medio ambiente, educación, entre otros. Debido a esto, en las últimas décadas, la sociedad ha mostrado mayor reconocimiento y empatía hacia esta situación, exigiendo dar solución urgente y adecuada a estos conflictos. Algunas empresas se han sumado a esta causa a través de su participación activa, proponiendo alternativas de solución. Estas empresas socialmente responsables, han identificado que sus acciones generan impacto positivo en la sociedad. Estudios recientes comprueban que las empresas socialmente responsables (ESR) obtienen mayor beneficio de largo plazo a consecuencia de una mejor aceptación por parte de los consumidores que demandan una sociedad más justa.

Sin embargo, la problemática que prevalece en las empresas es que al implementar las iniciativas de responsabilidad social, estas no se encuentran alineadas a sus objetivos estratégicos o a normas socialmente establecidas y en algunos casos carecen de legitimidad, es decir, que las iniciativas implementadas no son percibidas como deseables, apropiadas o correctas por algunos grupos de interés (stakeholders), lo que dificulta su reconocimiento y vigencia en el tiempo.

En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se encuentra instituida a través de distintos organismos alrededor del mundo, que han servido como base sólida para generar mayor conciencia social. Estos organismos han desarrollado importantes documentos para señalar las directrices que habrán de seguir las empresas. Han surgido nuevas e importantes organizaciones, esto implica que la responsabilidad social de las empresas seguirá transformándose con el tiempo, lo que demandará formas más específicas para su implantación;

así como, una precisa valoración de legitimidad de las acciones de las empresas socialmente responsables, a través de indicadores de legitimidad.

Considerando que, la legitimidad es fundamental para que las organizaciones perduren en el tiempo, está se encuentra relacionada con la percepción que tienen los grupos de interés sobre las actuaciones que desarrollan las empresas. Por esta razón la responsabilidad social empresarial juega un papel fundamental en la legitimidad empresarial. Johnson y Smith (1999), consideran que las empresas deben desarrollar actividades de RSE para ganarse el derecho a existir. De hecho, los grupos de interés conceden legitimidad a las empresas, cuando creen que mantendrán ciertos estándares de comportamiento (Kostova y Zaheer 1999).

Las investigaciones en este campo se encuentran en sus inicios. Aún se desconocen aspectos sobre cuál es el papel que juega la legitimidad en las organizaciones y cuál es la percepción de la sociedad sobre las acciones de responsabilidad social de las empresas mexicanas. Sin embargo, una de las mayores dificultades en este campo consiste en la medición de la legitimidad pues implica la evaluación de percepciones individuales. De esta forma, el propósito central de esta ponencia consiste en realizar una revisión teórica sobre las definiciones de responsabilidad social empresarial y legitimidad, describir las principales teorías y definir la importancia del estudio de estas dos variables.

Evolución de la RSE

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene sus orígenes desde tiempos remotos lo que complica definir a partir de qué periodo las personas comenzaron a mostrar interés por dar solución a problemas que afectaban a la sociedad, dichos problemas con el paso del tiempo se han vuelto cada vez más complejos, algunos reconocimientos de estas actividades surgen a

principios del siglo XX con la espontánea participación de la sociedad en actividades filantrópicas, previo a esto, los acontecimientos humanitarios solo eran reconocidos como actividades altruistas, que expresaban preocupación o atención desinteresada hacia problemas o situaciones que atravesaban terceras personas, el término Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no existía como lo entendemos ahora, fue a partir de la segunda mitad de ese siglo cuando la comunidad toma mayor conciencia sobre la capacidad que tienen las organizaciones para influir en la sociedad y solucionar sus problemas (Correa 2007).

En la década de los 60s se llevaron a cabo los primeros intentos por reconocer los daños y riesgos que ocasionaban las actividades de las organizaciones en las comunidades donde se ubicaban, lo que generó por parte de estos grupos sociales una fuerte presión hacia el gobierno para regular dichas actividades y de esta manera proteger los recursos naturales e intereses públicos a través de ciertas normas de conducta.

Es en esa misma época cuando las acciones sobre RS por parte del sector privado se incrementan, tomando mayor conciencia por impulsar causas sociales, igualmente se concibe la sensibilidad sobre la ética en los negocios, surgiendo las primeras teorías sobre los grupos de interés, también conocidos como stakeholders. Dicha teoría confronta la visión tradicional de la empresa de generar riqueza sólo para sus accionistas, a partir de entonces la competitividad fue un factor clave para las organizaciones. Para finalizar el siglo XX, las empresas empezaron a atraer a sus clientes con argumentos diferenciadores, transmitiendo una imagen transparente, traducida en beneficios como consecuencia de su responsabilidad social (Correa 2007).

Principales teorías sobre RSE

Sin embargo, en el análisis de la literatura se han reconocido testimonios que van en contra del reconocimiento e implementación de la RS en las organizaciones como Hayek (1969), quién argumenta que darle importancia a las políticas de RSE generan un desvío del propósito principal de las empresas que dedican gran cantidad de recursos a fines que no se sabe si tendrán repercusión financiera posterior. En este mismo sentido se encuentra la teoría de valor para los accionistas de Friedman (1970), esta teoría establece que la única responsabilidad que tienen las empresas es la maximización de la riqueza de los accionistas y por lo tanto las decisiones deben tomar en cuenta por encima de todo el deseo de sus dueños. La idea de la teoría de los accionistas, es incompatible con la idea de la existencia de una responsabilidad social de las empresas con respecto a los costos de los interesados (stakeholder).

En cuanto a las teorías a favor se encuentra Freeman (1984) argumentando que la responsabilidad social que tienen las empresas es frente a todos los grupos de interés y no sólo frente a los accionistas. La teoría de las partes interesadas por un lado fue presentada como una teoría de dirección de empresa; es decir, sentaba las bases de cómo llevar a cabo una administración estratégica; y por el otro, como teoría normativa que establece deberes morales para proteger a la empresa como un todo que se conecta con sus necesidades inherentes y los intereses de las partes interesada.

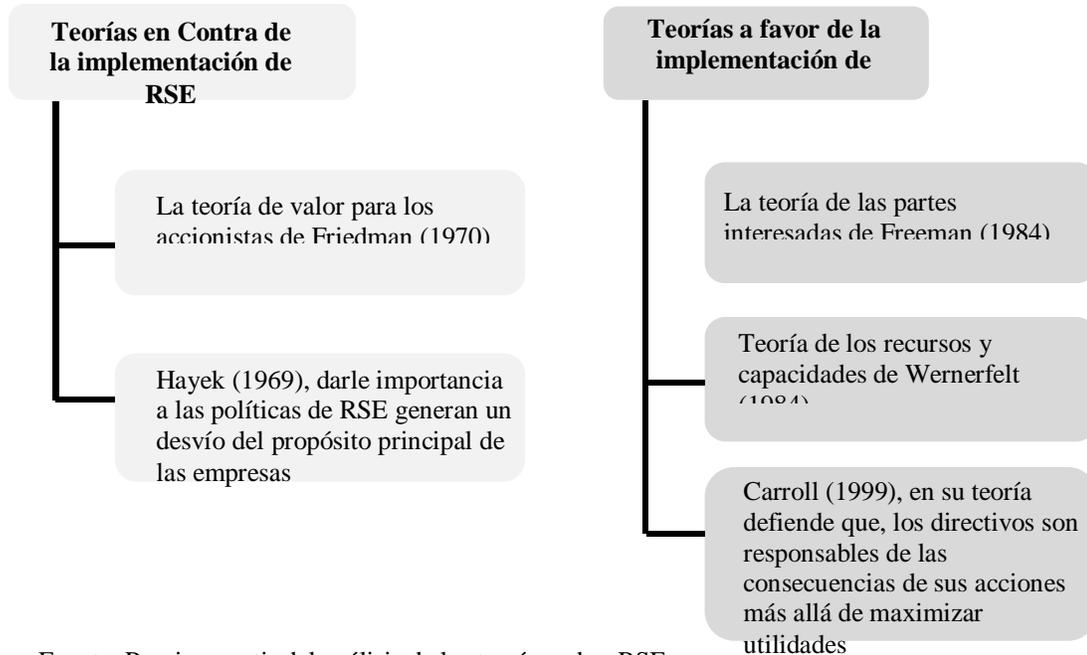
Así mismo Wernerfelt (1984) expone sus argumentos a favor de la responsabilidad social empresarial, en su teoría de los recursos y capacidades, donde considera las acciones de responsabilidad social como inversiones estratégicas de las empresas para generar ventaja competitiva.

Entre las aportaciones más relevantes sobre Responsabilidad Social Empresarial se encuentra Carroll, un prestigioso académico, quién en su modelo tridimensional, permite analizar el acercamiento de las empresas al concepto de RSE y donde define que la responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas o discrecionales de la sociedad sobre la organización en un momento dado en el tiempo (Carroll 1979).

Posteriormente, a partir de su modelo tridimensional Carroll estableció una definición cuadripartita, proponiendo una pirámide de RSE, donde la empresa es la unidad básica de nuestra sociedad y su principal objetivo es ser económicamente responsable. De acuerdo con la teoría de la pirámide, la RSE implica el cumplimiento simultáneo de las responsabilidades económica, legal, ética y filantrópica. En otras palabras, la RSE debe llevar a la empresa a obtener ganancias, obedecer la ley, ser ética y comportarse como un buen ciudadano corporativo (Carroll 1991).

En palabras de Carroll (1999), en su teoría defiende que, los directivos son responsables de las consecuencias de sus acciones más allá de la simple consideración de un objetivo de maximizar utilidades en la empresa. Las teorías encontradas previas a los años setenta, muestran una postura de desaprobación a la asignación de recursos económicos sobre acciones encaminadas a implementar la responsabilidad social de las empresas, una década después incrementan los testimonios de relevantes investigadores opinando y apoyando las acciones de Responsabilidad Social de las empresas. La figura 1, muestra las principales teorías en contra y a favor de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial.

Figura1. Teorías sobre Responsabilidad Social Empresarial RSE



Fuente: Propia a partir del análisis de las teorías sobre RSE

Por su parte, en publicaciones recientes Porter y Kramer (2006), definen que, desde una perspectiva estratégica, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede convertirse en una fuente de enorme progreso social a medida que aplica recursos, experiencia y conocimiento en actividades que benefician a la sociedad. Con el paso del tiempo la RSE ha ido evolucionando, y con ello las empresas han encontrado la manera de obtener mayor beneficio económico en la búsqueda de una estrategia para competir en el mercado, para mejorar su imagen corporativa y en algunos casos aprovechando la flexibilidad que existe en el ámbito contable para la presentación de informes financieros.

Normatividad de la RSE

El interés por concientizar a las organizaciones para que estas reconozcan su responsabilidad ante la sociedad ha sido un gran reto para numerosos organismos gubernamentales y no gubernamentales, como la Organización de Naciones Unidas (ONU), la

Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Comisión Europea, el Institute of Social and Ethical Accountability, la Global Reporting Initiative, la International Organization for Standardization, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas y en México el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), entre otros.

Esto, ha provocado la existencia de una diversidad de normas, declaraciones y principios de auto evaluación como Global Compact, Líneas directrices de la OCDE, Declaraciones de la OIT, Libro Verde, AA1000, SA-8000, Guía GRI3, SGE21, PNE165010, Marco Conceptual de la RSC, por mencionar las de mayor representatividad.

Estas normas y directrices de carácter voluntario se han utilizado como base para la implantación de la responsabilidad social en las empresas de manera voluntaria, como la más reciente guía sobre responsabilidad social, emitida por la International Organization for Standardization (ISO), la cual tiene como propósito ser un primer paso para ayudar a todo tipo de organizaciones tanto del sector público como privado a considerar la implementación de la Norma ISO 26000 como una forma de alcanzar los beneficios de operar de manera socialmente responsable (ISO, 2010).

En México, uno de los principales avances en el tema de Responsabilidad Social Empresarial ha sido el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), creado en 1997, con la intención de generar un programa en Responsabilidad Social Empresarial para certificar a las empresas que operan en México. En el año 2000, con base en esta iniciativa, el CEMEFI lanza la primera convocatoria para reconocer las mejores prácticas de RSE. En 2001 se otorga por primera vez el distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) a 17 empresas. Trece años

después, en 2014, el distintivo ha sido otorgado a más de 200 empresas, lo que significa un incremento de casi 12 veces.

Por otro lado, en 2013 la Bolsa Mexicana de Valores, incorpora a su familia de índices el primer indicador sustentable, con la intención de fomentar en las emisoras mexicanas la adopción de políticas y sistemas de medición en materia de Responsabilidad Social, ambiental y de gobierno corporativo. Las Empresas Socialmente Responsables que integran este índice en el año 2014 son veintiocho, entre las que se encuentran; Arca Continental, Alfa, Alesa, America Móvil, Grupo Aeroportuario del Sureste, Axtel, Azteca, Bimbo, Bolsa, Cemex, Comercial Mexicana, Elektra, Fomento Económico Mexicano, Compartamos, Grupo Financiero Banorte, Grupo México, Herdez, Empresas Ica, Kimberly Clark, Coca-Cola Femsa, Genomma Lab Internacional, Mexichem, Grupo Aeroportuario del Centro Norte, Peñoles, Santander México, Soriana, Televisa, Wal-Mart de México.

Una empresa que se preocupa por cumplir con un conjunto de normas y políticas sociales, económicas, ambientales y que además adquiere de manera voluntaria compromisos con la sociedad es reconocida como una Empresa Socialmente Responsable (ESR). Sin embargo, existen empresas que realizan actividades bastante inspiradoras que carecen de compromisos reales y sus acciones sólo sirven para ganar la simpatía del consumidor, acciones que no dan solución a problemas de fondo que enfrenta la sociedad.

Las ESR adquieren características importantes que las distinguen del resto, entre las que se encuentran: (i) transparencia en su información, (ii) ética empresarial asumida a través de la implementación de un código de ética, (iii) acciones que compensan el deterioro del medio ambiente y cuidado de la naturaleza, (iv) compromisos con la sociedad, (v) mejora en la calidad de vida de sus empleados, (vi) igualdad, (vii) constante comunicación externa, entre las más

representativas, a las cuales se les conoce como dimensiones de responsabilidad social (Cemefi, 2013).

Para instituciones como Alianza por la Responsabilidad Social en México (Aliarse), institución comprometida en promover la Responsabilidad Social Empresarial en México, precisa que una estrategia exitosa de negocios debe contar con los siguientes pilares: capital adecuado, buena gerencia, productos y servicios de calidad, dominio de la tecnología, óptimo servicio al cliente y una estrategia integral de Responsabilidad Social. Esos pilares están ligados entre sí y son inter-dependientes¹.

En las tablas 1 y 2 se presenta una muestra de las diferentes normas sobre Responsabilidad Social Empresarial que existen a nivel nacional e internacional. La tabla 1 contiene un comparativo entre el Pacto Mundial, el Global Reporting Initiative y la norma AA1000 Account Ability por cada dimensión de responsabilidad social. Se observa mayor semejanza entre el Global Reporting Initiative y la norma AA1000 Account Ability por la manera en como realiza su clasificación.

¹ Se refiere a que los pilares mencionados son incapaces de funcionar o existir completamente de manera aislada y la ausencia de alguno de estos debilitan la estrategia de negocio.

Tabla 1. Normas sobre RSE					
Pacto Mundial/ ONU, 2000		Global Reporting Initiative		AA1000 Account Ability	
Derechos humanos	1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos. 2. No ser cómplice de abusos de los derechos humanos.	Materialidad	Las memorias deben cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos (económicos, sociales y ambientales) de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia en la toma de decisiones de los grupos de interés	Inclusividad	La participación de sus grupos de interés en el desarrollo y en el logro de una respuesta responsable y de una estrategia orientada hacia la sostenibilidad.
Ámbito laboral	3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio. 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil. 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.	Participación de los grupos de interés	Los informes deben identificar a sus grupos de interés y describir cómo han dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables	Relevancia	Determinar la importancia de un asunto para la empresa y, también, para sus grupos de interés. Se considera un asunto relevante si es un tema que influirá en las decisiones, acciones y desempeño de una empresa o de sus grupos de interés.
Medio ambiente	7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales. 8. Promover mayor responsabilidad medioambiental. 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.	Contexto de sostenibilidad	Poner las actividades de la empresa en el contexto más amplio de la sostenibilidad.	Capacidad de respuesta	La forma en la cual la empresa responde a los asuntos de los grupos de interés que afectan a su desempeño en materia de sostenibilidad. Esto se realiza a través de decisiones, acciones y desempeño, y a través de la comunicación con los grupos de interés.
Anti corrupción	10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	Exhaustividad.	Implica que la cobertura de los indicadores y aspectos materiales, así como la definición de la cobertura de la memoria, deben ser suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos		

Fuente: Propia a partir del análisis de las Normas sobre RSE

Por su parte la tabla 2, hace un comparativo entre la norma mexicana de CEMEFI e ISO 26000 sin embargo, la mayor semejanza de Cemefi se encuentra en la norma promovida por la ONU, a través del Pacto Mundial, las dimensiones en las cuales clasifican la norma son similares entre sí.

Tabla 2. Normas sobre RSE			
ISO 26000		Cemefi	
Derechos humanos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Debida diligencia 2. Situaciones de riesgo para los derechos humanos 3. Evitar la complicidad 4. Resolución de reclamaciones 5. Discriminación y grupos vulnerables 6. Derechos civiles y políticos 7. Derechos económicos, sociales y culturales 8. Principios y derechos fundamentales en el trabajo 	Gestión de la empresa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compromiso 2. Posicionamiento inicial
Prácticas laborales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajo y relaciones laborales 2. Condiciones de trabajo y protección social 3. Diálogo social 4. Salud y seguridad en el trabajo 5. Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo 	Calidad de vida en la empresa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Legalidad 2. Empleabilidad y relaciones laborales 3. Dialogo social 4. Condiciones de trabajo y protección social 5. Balance trabajo familia 6. Capacitación y desarrollo humano 7. Salud y seguridad laboral
Medio ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prevención de la contaminación 2. Uso sostenible de los recursos 3. Mitigación y adaptación al cambio climático 4. Protección del medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales 	Ética empresarial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Legalidad 2. Gobierno corporativo 3. Compromiso ético 4. Compromiso anticorrupción 5. Competencia justa
Prácticas justas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anti-corrupción 2. Participación política responsable 3. Competencia justa 4. Promover la responsabilidad social en la cadena de valor 5. Respeto a los derechos de la propiedad 	Promoción ética y consumo responsable	<ol style="list-style-type: none"> 1. Legalidad 2. Comercialización, información y contratación justa 3. Consumo sustentable 4. Servicio al consumidor, soporte y resolución de reclamos 5. Educación y concientización
Asuntos de consumidores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación 2. Protección de la salud y la seguridad de los consumidores 3. Consumo sostenible 4. Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias 5. Protección y privacidad de los datos de los consumidores 6. Acceso a servicios esenciales 7. Educación y toma de conciencia 	Vinculación con la comunidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Legalidad 2. Participación activa en la comunidad 3. Creación de empleo y desarrollo de habilidades 4. Generación de valor e ingresos 5. Inversión social
Participación activa y desarrollo de la comunidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participación activa de la comunidad 2. Educación y cultura 3. Creación de empleo y desarrollo de habilidades 4. Desarrollo y acceso a la tecnología 5. Generación de riqueza e ingresos 6. Salud 7. Inversión social 	Cuidado y preservación del medio ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Legalidad 2. Prevención de la comunicación 3. Uso sustentable de los recursos 4. Mitigación y adaptación al cambio climático 5. Protección y restauración del medio ambiente natural 6. Educación y cultura ambiental

Fuente: Propia a partir del análisis de las Normas sobre RSE

Las normas anteriormente presentadas son de carácter voluntario, es decir las empresas no se encuentran obligadas a certificarse en alguna de estas normas. Es de conformidad la decisión de participar en y llevar a cabo el proceso y formar parte del grupo de empresas certificadas como socialmente responsables.

Definiciones de legitimidad organizativa

Para Senés y Llamas, 2004; Cruz-Suárez (2014) La legitimidad es un concepto fundamental en la Teoría Institucional. Para Scott (1995) consiste en un estado que refleja la alineación cultural, el apoyo normativo o la consonancia con las reglas y leyes relevantes, es òla percepción generalizada o asunción de que las actividades de una entidad son deseables, correctas o apropiadas dentro de algùn sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definicionesö (Suchman, 1995).

Las organizaciones legitimadas son aquellas deseables y aceptadas por el entorno dado que sus actividades se encuentran en consonancia con las normas, creencias, valores y principios, dentro del sistema social al que pertenecen. La legitimidad juega un papel esencial a la hora de comprender el crecimiento y la supervivencia de las organizaciones (Zimmerman y Zeitz, 2002). Representa un recurso que favorece el acceso a recursos para las organizaciones consideradas como legítimas, tales como nuevos inversionistas, clientes, proveedores, distribuidores, empleados y la sociedad que respalda su legitimidad.

La legitimidad como recurso para competir

En los últimos años se ha percibido como las empresas han redoblado esfuerzos por mantener su posición en el mercado, algunas otras trabajan arduamente por recuperar un sitio privilegiado en la simpatía de algunos grupos de interés, mejor conocidos como stakeholders, por lo que numerosas empresas han desarrollado iniciativas de legitimidad como la Responsabilidad Social Empresarial, algunas ya sea con la intención de generar ventaja competitiva, renovar la imagen de la empresa, ganar reputación y otras más por crear nuevas oportunidades de negocio.

Los autores Díez, Blanco y Prado (2014), en sus investigaciones sobre legitimidad, puntualizan que, ajustarse a las expectativas sociales es cada vez más importante para las organizaciones, porque consiguen un mayor acceso a los recursos. Además han reconocido acciones estratégicas que logran mejorar la legitimidad de las organizaciones. De esta manera las organizaciones han identificado un área de oportunidad al legitimarse, pues aumentan sus oportunidades de alcanzar los objetivos planteados.

La importancia de la legitimidad se encuentra en la aceptación y deseabilidad de las actividades de una organización a favor de su entorno y los grupos sociales. Porter y Kramer (2011), hacen una revelación apreciable al referirse a las compañías que prosperan a costa del resto de la comunidad, afirmando lo siguiente, ðal mismo tiempo que un mayor número de empresas comienzan a adoptar prácticas socialmente responsables, también son acusadas de fallar a la sociedadö. Lo que lleva a cuestionar la legitimidad de la responsabilidad social de las empresas.

La legitimidad, consiste en un estado que refleja la alineación cultural, el apoyo normativo o la consonancia con las reglas y leyes relevantes (Scott 1995). Su importancia radica en que la aceptación y deseabilidad de las actividades de una organización por su entorno y grupos sociales, esto le permitirá acceder a los recursos necesarios para sobrevivir y crecer Zimmerman y Zeitz (2002). De ahí que numerosas organizaciones han fracasado no porque sus productos sean de baja calidad o por carecer de recursos, sino por su falta o deterioro de legitimidad (Díez, Blanco, Cruz y Prado 2014).

Considerando además que, la legitimidad es de vital importancia para las organizaciones que desean perdurar en el tiempo, está se encuentra relacionada con la percepción que tienen los grupos de interés sobre las actuaciones que desarrollan las empresas, de esta manera la

responsabilidad social empresarial puede jugar un papel fundamental en la legitimidad empresarial. Johnson y Smith (1999), consideran que las empresas deben desarrollar actividades de RSE para ganarse el derecho a existir. De hecho, los grupos de interés conceden legitimidad a las empresas, cuando creen que mantendrán ciertos estándares de comportamiento (Kostova y Zaheer 1999).

En México, el tema de legitimidad en el ámbito empresarial aún se encuentra en su etapa inicial. Países como España, Estados Unidos y Reino Unido, son un referente por sus publicaciones al respecto, con trabajos como los de Zimmerman y Zeitz (2002) en donde establecen que más allá de la supervivencia de la organización, es lograr el crecimiento a través de la construcción de legitimidad.

Metodolo

La presente investigación es de carácter documental, la cual pretende demostrar cómo ha cobrado importancia la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas mexicanas. En el presente estudio se utiliza la metodología cualitativa para describir la evolución de los aspectos más importantes del fenómeno a desarrollar.

Como parte del proceso de esta investigación se ha considerado lo siguiente: (i) revisión profunda de la literatura, (ii) análisis de la evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial y Legitimidad, (iii) las teorías encontradas en la literatura que se manifiestan a favor y en contra de la implementación de la RSE, (iv) descripción de la normatividad sobre la implementación voluntaria de la RSE, (v) caracterización de las normas oficiales de organismos gubernamentales y no gubernamentales y por último, (vi) la comparación con la norma mexicana que otorga el Centro mexicano para la filantropía (CEMEFI).

Para lograr lo anterior, se lleva a cabo una exploración sobre los resultados de investigaciones en torno a la legitimidad organizativa para documentar la posible relación de las variables sujetas a estudio y los resultados de relaciones con otras variables.

Conclusiones

El propósito de este documento ha consistido una revisión teórica sobre las definiciones de responsabilidad social empresarial y legitimidad, para poder definir la importancia del estudio de estas dos variables. Los primeros estudios sobre la teoría institucional, definen que las organizaciones adquieren legitimidad a través del cumplimiento de normas, creencias y reglas establecidas, (Scott 1995). De ahí que la legitimidad no es un bien que pueda adquirirse, si no el cumplimiento de un conjunto de normas, reglas y creencias, por lo que es posible gestionarla para ganar o mantener legitimidad en la sociedad.

Estudios como los de Alcántara, Mitsuhashi y Hoshino (2006) y Tornikoski y Newbert (2007) demostraron la existencia de una relación positiva entre las acciones estratégicas dirigidas para ganar legitimidad y el éxito organizativo. De estos estudios se desprende que las organizaciones con mayor legitimidad presentan mayores probabilidades de alcanzar el éxito. Por lo cual, se hace necesario entender los mecanismos que permitan gestionar la legitimidad de las organizaciones.

Una nueva aproximación a la legitimidad sugiere que las organizaciones pueden desarrollar estrategias para alterar el tipo y la cantidad de legitimidad que poseen (Suchman 1995). Son varios los autores que han identificado acciones estratégicas que mejoran la legitimidad de las organizaciones. Desde este enfoque, las organizaciones pueden generar estrategias que les permita adquirir, conservar o recuperar su legitimidad, de esta manera, la

responsabilidad social puede ser considerada como estrategia para competir y adquirir el respaldo ante sus grupos de interés.

La responsabilidad social empresarial puede jugar un papel fundamental en la legitimidad empresarial. De acuerdo con Johnson y Smith (1999), consideran que las empresas deben desarrollar actividades de responsabilidad social para ganarse el derecho a existir. Por lo anterior, en estudios como los de Lamberti y Lettieri (2011), orientados a generar estrategias para ganar legitimidad, recomiendan a los directivos el desarrollo de planes que mezclen actividades de legitimidad, responsabilidad social empresarial y estrategia corporativa.

En este sentido, futuras investigaciones podrían abordar los indicadores de responsabilidad social empresarial y las dimensiones de legitimidad propuestas por Suchman (1995), para analizar la relación entre estas dos variables y establecer una posición sobre el efecto que produce la RSE en la legitimidad organizativa.

Bibliografía

- Alcantara L., Mitsuhashi H., Hoshino Y. (2006). Legitimidad internacional en empresas mixtas: Todavía se necesita. *Journal of International Management*, 12 (4), pp. 389-407.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. 4 (4), pp 497-505
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: evolution of a definitional construct. *Business & Society*. 38 (3), pp 268-292.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational Stakeholders. *Business Horizons*, July-August, pp.39-48
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Libro Verde, Bruselas, 18 (7), pp 7.
- Correa, J. J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, 10 (Julio-Diciembre).
- Cruz, S.A., Prado, R.C, Díez M.F. (2014). Por qué se institucionalizan las organizaciones. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 23, (1), pp 22-30.
- Díez, M. F., Blanco, G. A., Cruz S. A., Prado, R. C. (2014). Anuario jurídico y económico escurialense, XLVII, pp 325-348
- Díez, M. F., Blanco, G. A., Prado, R. C. (2010). Legitimidad como factor clave del éxito organizativo. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16 (3), pp 127-143.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder Approach*, Pitman, Boston.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 13 september, pp 122-126.
- Hayek, F. A. (1969). The corporation in a democratic society: in whose interest ought it and will it be run. *Business strategy*, (25).
- ISO. (2010). International Organization for Standardization. Disponible en: www.iso.org/iso/home.htm
- Johnson, P., y Smith, K. (1999). Contextualizing business ethics: anomie and social life. *Human Relations*. 52 (11), pp 1351-1375.
- Kostova, T., y Zaheer, S. (1999). Organizational legitimacy under conditions of complexity: The case of the multinational enterprise, en *Academy of Management review*, 24 (1) 64-81.

- Lamberti L., Lettieri E., 2011. Ganando legitimidad en las industrias convergentes: Evidencia desde el emergente mercado de los alimentos funcionales. *European Management Journal*, 29 (6), pp 462-475.
- Porter, M.E., Kramer M. R. (2006). Estrategia y sociedad: el vínculo entre ventaja competitiva y la responsabilidad social corporativa. *Harvard Business Review*, América Latina.
- Porter, M.E., Kramer M. R. (2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review*, América Latina.
- Scott, W. R. (1995). *Instituciones y organizaciones. Las ideas, intereses e identidades*. Sage Publicaciones.
- Senés G. B., Llamas S. R. (2004). El diálogo implícito de Simon con la teoría institucional. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 13, (2), pp 61-72.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), pp 574.
- Tornikoski, E.T., y Newbert, S. L. (2007). Exploring the determinants of organizational emergence: A legitimacy perspective, *Journal of Business Venturing*, 22(2), pp 311-335.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource based view of the firm. *Strategic management journal*, (5), pp171-180.
- Zimmerman, M., y Zeitz, G. J. (2002). Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy. *The Academy of Management Review*, 27(3) pp 414.



ESTUDIO DE LA CADENA DE SUMINISTRO DE LA PRODUCCIÓN DE VAINILLA EN MÉXICO

Ing. José Luis Bermúdez Avendaño

Institución:

Universidad Autónoma del Estado de Nuevo León

Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica

Dirección:

Vía Nilo # 738 Colonia Nexxus Platino 2do sector, General Escobedo

Correo:

jbermudez50@hotmail.com

Nacionalidad:

Mexicano

Dr. Francisco Treviño Treviño

Institución:

Universidad Autónoma del Estado de Nuevo León

Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica

Correo:

francisco.trevinotr@uanl.edu.mx

Nacionalidad:

Mexicano

Fecha de envío: 19/Febrero/2015

Fecha de aceptación: 04/Mayo/2015

Abstract

Vanilla is a Mexican orchid that is very important for contemporary gastronomy. This work will study its production in México which starts from its cultivation, followed by the process of drying the vanilla fruit and finally its distribution. This work will also study the problem of the low production of this orchid in Mexico, since vanilla is an endemic species from México. It has been proved that vanilla production has been changed by farmers in Mexico because they think that cultivating corn has better revenues than cultivating vanilla, this work will find the truth about which production has better revenues. Mexican vanilla has two main competitors, the first one is the production from other countries like Madagascar and China, and the second one is the synthetic vanilla that is mainly used in the industry because of its cheaper cost. To find out the truth this work will study vanilla's productive chain with official sources and vanilla farmers. Subsequently I will find the cost of the production of vanilla and the production of corn in order to make sure which one has better revenues.

Resumen

La vainilla es una orquídea endémica de la región del Totonacapan, región que actualmente se encuentra dividida geográficamente por los estados de Veracruz y Puebla. Desde su descubrimiento en el siglo XV la vainilla ha sido usada como especia. La vainilla es la segunda especia más cara en el mundo, esto debido a diferentes factores de los cuales destaca que su proceso de cultivo tarda tres años. Existe una gran área de oportunidad en el comercio de la vainilla ya que la demanda mundial no está satisfecha con la producción actual. Es por estos hechos que se debe promocionar el cultivo de vainilla en México, sin embargo las estadísticas oficiales muestran que la producción mexicana ha disminuido a través de los años, este estudio pretende descubrir la razón de este evento, estudiar su cadena de suministro y compararla con los principales productores mundiales para poder mejorar su producción.

Palabras clave

Vainilla en México, Cadena de Suministro

Introducción

La vainilla es una orquídea epífita (plantas que usan otras plantas como sostén), tiene un tallo flexible de color verde brillante, tiene una longitud que oscila de 10 a 15 cm con un diámetro de 1 a 2 cm, sus guías pueden alcanzar una longitud de hasta 50 m. En nuestro país la vainilla tiene grandes leyendas (la leyenda del príncipe Zkatan-Oxga y la princesa Tzacopontziza o la de Tlacaelel) lo cual nos muestra lo importante que era para los ancestros prehispánicos al ser una tradición de los indígenas totonacas, quienes fueron los descubridores de esta orquídea. Principalmente esta especie se usaba para aromatizar comidas y alimentos, entre ellos el más conocido es el Xocolatl, actualmente la vainilla es una de las especies más utilizadas en la gastronomía mundial, siendo la segunda especia más cara del mundo.

La popularidad de la vainilla mexicana fue creciendo con el paso de los años, convirtiéndose en una especie fundamental e imprescindible para la gastronomía mundial. Su comercio se volvió muy lucrativo para México, pues al ser el país de origen de la vainilla, por mucho tiempo fue el único exportador de dicha especie, hasta que se descubrió la forma de cultivar vainilla en otros países. A partir de este hecho México ha ido perdiendo importancia como exportador a tal grado que su producción se ha visto rebasada por la producción de la competencia.

Pero este no sería el único problema al que se enfrentarían los productores mexicanos. Con el paso del tiempo los avances en la ciencia han descubierto sustitutos artificiales del aroma y sabor a vainilla. El científico francés Nicolas-Theodore Gobley fue quien en 1958 logro aislar el componente principal del sabor y aroma de una vaina beneficiada, al componente se le denominó

vanilina. La vanilina sintética ofrece una alternativa más barata y conveniente, esto ha generado una gran competencia entre los extractos de vainilla natural y los saborizantes artificiales de vainilla. Aproximadamente el precio comercial de un frasco de 250ml de extracto natural de vainilla en un súper mercado es de \$90 MXN, mientras que uno de mismo volumen pero de sustituto de vainilla cuesta aproximadamente \$30 MXN.

Esto ocasiono un gran problema para los productores de vainilla, pues hubo un cambio drástico en el mercado de la vainilla, bajando la demanda de su producto y por ende las ganancias de la gente que producía la especia, lo que hizo que en México poco a poco hubiera menos productores de vainilla. El presente trabajo se refiere a la producción de la orquídea de vainilla y estudiará su cadena productiva, la cual abarca desde el cultivo de la orquídea, el proceso de beneficiado y su venta a los clientes finales. También se estudiará el problema por el cual la vainilla al ser una especie endémica de México no figura como uno de sus principales productos de exportación.

En trabajos anteriores se ha demostrado que actualmente en México, muchos productores de vainilla abandonan dicha actividad. La razón es que encuentran más prometedor emprender en el negocio del cultivo de maíz. Dicho cultivo se tiene en una estima muy alta por ser la base de la alimentación mexicana desde la época prehispánica, sin embargo la vainilla también ha jugado un papel muy importante en la historia de México desde esa época. (Estrada, Treviño, & Madrigal, 2013)

Para analizar esta problemática primero se analizará la cadena de valor de la vainilla, desde su cultivo hasta su exportación. La información se obtendrá de fuentes oficiales y de productores de vainilla. Posteriormente se investigarán los costos de cultivar vainilla y el rendimiento que esto genera. También se investigará los costos de cultivar maíz, esto con el fin de comparar sus rendimientos y determinar si es conveniente cambiar el cultivo de vainilla a maíz. A través de este trabajo se espera poder hacer que el lector obtenga información relevante sobre la rentabilidad del cultivo de la vainilla, pueda comparar la rentabilidad entre los cultivos de vainilla y los cultivos de maíz y se dé cuenta de lo importante que es esta especie en la historia de México.

Hipótesis

Los productores mexicanos de vainilla buscan cambiar el cultivo para subsistir, debido a que el ingreso que genera su producción se obtiene a largo plazo.

Marco teórico

La vainilla es un condimento muy importante en la historia de México, debido a que su origen está en Totonacapan (Velázquez, 2013). La región de Totonacapan se extiende sobre el norte del estado de Puebla y el centro-norte de Veracruz, en ella destacan dos zonas contrastantes, la sierra Norte de Puebla y la llanura costera de Veracruz, la zona de transición entre estas zonas es la sierra de Papantla y las tierras bajas del norte de Puebla. Está escrito que la vainilla fue

descubierta en el siglo XV, en el reinado de Itzcoatl, cuarto Tlatoani de los mexicas. En esta época la vainilla era conocida como òTlixochitlō o òflor negraö en español, la flor de Tlixochitl era usada por los aztecas para aromatizar el Xocolatl(Girón, 2012), bebida que era apreciada por tener grandes beneficios revitalizantes.

Fue hasta el año de 1520 cuando llego a España la noticia de esta nueva especia a la cual llamaron òvainillaö (Galindo, 2012) debido a que los españoles observaron una similitud entre los frutos de la orquídea y la vaina en donde se enfunda la espada. Los primeros estudios oficiales sobre esta especia fueron realizados por Fray Bernardino De Sahagún(Álvarez, 2012) en el año de 1532. México tuvo el monopolio de la producción de vainilla por casi tres siglos debido a que los intentos de reproducir los frutos de la orquídea en otras regiones fueron fallidos. Los españoles exportaron la vainilla a otras colonias con tierras tropicales e intentaron reproducirla con invernaderos en Europa. Dicho experimento les permitió reproducir la orquídea, sin embargo no tuvieron éxito en hacerla fructificar.

La razón por la cual fracasaron en el intento de reproducir los frutos de la vainilla fue que en esos años se desconocía que la orquídea debe ser polinizada, lo cual no fue descubierto hasta el año de 1836. El descubrimiento consistió en determinar que la orquídea de vainilla es una flor hermafrodita que requiere la ayuda de insectos para dar fruto. Fue gracias a este descubrimiento que países europeos como Holanda, Francia e Inglaterra llevaron la producción de vainilla a sus colonias. La producción de vainilla se expandió en tierras como Java, Madagascar, Tahití y

Puerto Rico. De los países mencionados anteriormente, Madagascar es uno de los países que actualmente domina el mercado de la producción de vainilla.

Al proceso de propagación de dicha orquídea se le denomina propagación por esquejes, que consiste en tomar un tallo de la orquídea y plantarla en otro lugar para que desarrolle su raíz. Debido a que la orquídea es una planta trepadora, necesita de un tutor para su crecimiento, pues crecen adheridas a sus troncos. El tutor es un árbol que se planta previamente, generalmente para el cultivo de vainilla se usan árboles cítricos (Gobierno Veracruzano, 2010). Actualmente existen dos sistemas de producción, el sistema tradicional con tutores y el sistema artificial con malla sombra (cabe mencionar que a pesar que este sistema es más tecnificado también usa tutores). El más común es el sistema tradicional debido a sus bajos costos, sin embargo el sistema artificial genera casi el doble de eficiencia en la producción.(SAGARPA, 2010)

Sin embargo actualmente existe otra forma de conseguir las propiedades como materia prima de la vainilla de una forma más fácil y económica, esto es gracias al descubrimiento de la vanilina, el compuesto esencial para crear la vainilla sintética. El primer científico que logro aislar la molécula de vanilina fue el francés Nicolas-Theodore Gobley en 1958, Gobley descubrió que las propiedades de los extractos de vainilla tienen más de 200 moléculas, sin embargo la vanilina es la más importante pues forma el 98% del total.

El descubrimiento de esta partícula permitió que en 1874 se empezara su producción industrial, gracias al método creado por los químicos alemanes Ferdinand Tiemann y Wilhelm Haarmann. El uso de este método se volvió tan popular que actualmente el 95% del sabor a vainilla que se consume mundialmente proviene de la vanilina sintética. (Bristol, 2013)

Situación Actual

Se ha observado en la economía un cambio en los agricultores mexicanos de vainilla, pues han cambiado esta actividad por el cultivo de maíz. Lo anterior supone una confiabilidad mayor en el cultivo de maíz que en el cultivo de vainilla, además de una mayor facilidad para su realización, pues un agricultor de maíz puede encontrar más alternativas para vender el maíz, además de poder usarlo para su consumo personal. El presente estudio propone hacer una comparativa entre la operación de los dos cultivos para observar en concreto el diferencial de su costo de oportunidad aunado a que cada vez hay menos cultivos de vainilla en el país, lo cual es un problema mundial debido a que esta orquídea es endémica de México y los especialistas empiezan a hablar de su posible extinción. (Galindo, 2012)

Método

El método que se usará para realizar esta investigación será el método de contraste, donde se compararán las rentabilidades de los cultivos de maíz y los cultivos de vainilla, se investigará en campo la cadena de suministro del proceso de cultivo de vainilla en micro y pequeños agricultores. Esta investigación será realizada mediante entrevistas con los agricultores, involucrando viajes a sus parcelas para obtener información cualitativa del lugar donde se opera y así estimar los resultados con información cuantitativa en las diferentes etapas de sus cadenas de suministro.

Estudio de campo

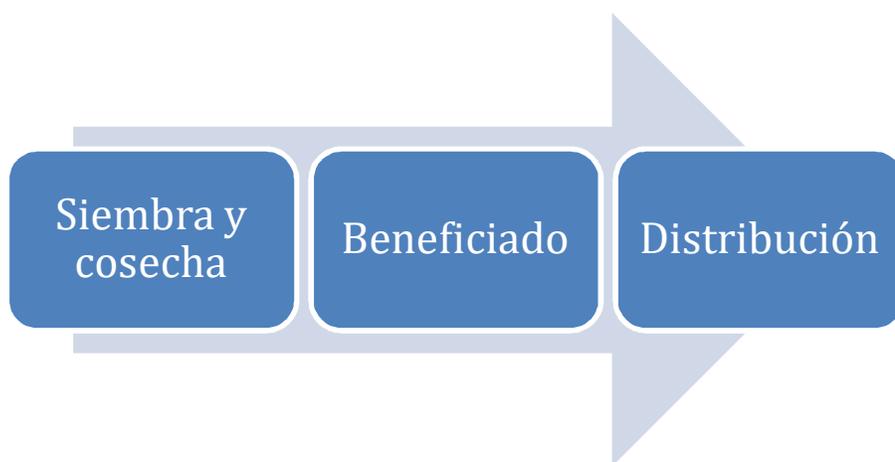
La investigación de campo se realizó en el municipio de Zamora Pico de Oro, Chiapas (al este de la selva lacandona), donde los productores de vainilla de dicho lugar aseguran que la orquídea se desarrolla de manera natural gracias a las condiciones climáticas de sus parcelas. Se realizó un instrumento con el cual descubrimos que dichos productores benefician su vainilla.

Resultados preliminares

Este trabajo se ha formado principalmente usando como fuente a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) pues es un organismo del gobierno federal mexicano, el cual proporciona en su página web mucha información relevante

para ese trabajo. También se ha podido contactar a la Lic. Naceancena Pérez Aguado ex gerente del Comité Estatal del Sistema Producto Vainilla de San Luis Potosí A.C. así como al Ing. Valdemar Aguilar quién nos ha facilitado la información referente a la vainilla de la selva lacandona. Por último se ha utilizado artículos de revistas universitarias.

Empezaremos describiendo los eslabones de la cadena de suministro interna de la producción de vainilla, la cual se integra por los siguientes procesos.



Esquema 1.

En la siembra y la cosecha, el agricultor puede ser el dueño de las parcelas, arrendatario de la tierra o trabajador para alguna industria. Para este cultivo existen dos sistemas de cultivo, el cultivo tradicional y el cultivo con malla sombra. El cultivo tradicional se caracteriza por el uso de árboles de la región donde se implemente el cultivo, por lo regular el cultivo de vainilla en este sistema es de temporal y se usa la polinización natural. En general es un sistema con un nivel de tecnificación casi nulo. El cultivo con malla sombra es un cultivo semi-controlado que

usa un alto nivel de tecnificación. Los productores que usan este sistema están especializados en el cultivo de la vainilla. A pesar que en este sistema también se usan tutores, estos se eligen de una forma estratégica, sin importar que el tutor sea de la región donde se implemente dicho cultivo e inclusive se usan tutores muertos, como postes de concreto o de madera. (SAGARPA, 2012)

En el sistema de cultivo con malla sombra se tiene un control mayor sobre las variables que afectan el cultivo como aplicar composta, se usan sistemas de riego especializados, se controla la maleza, se controla el encausamiento del crecimiento de las orquídeas y la polinización de la orquídea puede ser manual o inducida con insectos. Si bien el sistema de cultivo de malla sombra es más tecnificado, ambos sistemas deben enfocarse en patrones comunes para tener éxito en la cosecha de vainilla. Algunos de estos son la preparación del terreno, la gestión de los tutores, el cuidado de los esquejes, construir jardineras, el uso de abonos, el control de plagas y el grado de exposición solar(SAGARPA, 2012).

La preparación de terreno es el primer paso, para tener un cultivo exitoso se debe acondicionar el terreno limpiándolo y acondicionándolo para evitar excesos de humedad. Los tutores dependen del sistema de cultivo, como se mencionó anteriormente, pero independientemente del cultivo el tutor debe de ser un árbol de rápido crecimiento y fácil de podar, esto último para evitar la caída de las hojas de la orquídea. El cuidado de los esquejes tiene como principal tarea formar a la planta para evitar problemas posteriores como enfermedades o mal crecimiento de la orquídea. El uso de abonos difiere dependiendo del

cultivo, en el sistema tradicional existe abundante materia orgánica por lo que su uso es muy esporádico, a diferencia del sistema malla sombra donde la selección de abonos se hace con el fin de mejorar el rendimiento de la planta y su bienestar en general.

La construcción de jardineras se hace principalmente con el fin de evitar daños por pisotones al hacer otras actividades en el cultivo. Lamentablemente los factores que ayudan a que la orquídea tenga buena salud también ayudan al fortalecimiento de las plagas, por lo que es fundamental tener mucho cuidado con ellas, en especial de la Chinche roja. La exposición solar es una variable muy delicada, pues de esto depende la calidad del fruto de la orquídea y la cantidad de la misma. La polinización es el factor que más afecta en ambos sistemas de cultivo, pues es el proceso del que depende que la cosecha valga la pena. El rendimiento de la polinización natural, usado en el sistema de cultivo tradicional, es muy impreciso, pues depende principalmente de la efectividad del agente polinizador. La polinización manual da mayores rendimientos pero por los daños que puede ocasionar al cultivo debe hacerse y planificarse muy cuidadosamente, pues el exceso de esta actividad puede acabar con la plantación y afectar la calidad del fruto (SAGARPA, 2012).

El proceso de beneficiado por otra parte es muy importante en la cadena de suministro de la vainilla, pues este es el proceso que agrega valor a la materia prima, incrementando exponencialmente su precio. Aproximadamente los precios para el kilogramo de vainilla verde tiene un precio de \$50 MXN y para el kilogramo de vainilla beneficiada puede alcanzar un precio de hasta \$ 25.5 USD, aproximadamente \$344.25 MXN. Se denomina beneficiador al

responsable de darle este valor agregado al producto. El beneficiado consiste en hacer que la vaina verde desarrolle el sabor y aroma característicos de la vainilla. Para lograr esto es necesario evaporar los líquidos de los frutos y descomponer los azúcares del fruto con enzimas. Este proceso fue creado por los totonacas. (SAGARPA, 2010).

Se dice que los totonacas descubrieron esto debido a que observaron ciertas características muy interesantes en los frutos que no se cosechaban y se dejaban intactos en las plantas. Los totonacas estudiaron el proceso por el que pasaron los frutos de la orquídea y después aprendieron a desarrollarlo. El proceso se divide en 5 fases: El despezonado, el marchitado, el sudado, el secado y la clasificación.

El despezonado consiste en desprender el pedúnculo floral. Posteriormente se realiza el marchitado, en donde las vainas se sumergen durante 10 segundos en agua caliente a temperatura de 90 a 100°C. El marchitado detiene el proceso de maduración de la vaina. Este es el paso más crítico del proceso pues de su eficacia depende la calidad del producto. El sudado consiste en colocar las vainas marchitadas en cajones y taparlas de 24 a 48 horas para mantener su temperatura y estas se mantengan en estado de sudoración. El secado se hace durante el día y se hace al aire libre en zonas expuestas al sol. Por la tarde las vainas se vuelven a guardar en los cajones de sudoración repitiendo el paso anterior. Esta acción se repite hasta que la vaina tome el color, la flexibilidad y el olor deseados. Al terminar el proceso anterior se clasifican las vainas y se depositan en bodegas para su continua inspección, esto para evitar la aparición de hongos en las vainas. Finalmente las vainas que no presenten problemas se clasifican y se empacan para su

venta. Es importante mencionar que después del proceso de beneficiado las vainas pierden gran parte de su peso por lo que se dice que para producir 1kilogramo de vainilla beneficiada se necesitan 5 kilogramos de vainilla verde (SAGARPA, 2012).

Por último, el proceso de distribución se encarga de encontrarle mercado al producto terminado. Los distribuidores son agentes independientes que hacen negocios con exportadores o con las industrias. La manera en que trabajan depende de cada distribuidor, de sus clientes y del mercado al que exporten, como punto de referencia se encontró que en el año 2009 la exportación de vainilla mexicana generó un ingreso de 3.01 millones de pesos (SAGARPA, 2012)(Jaramillo, Escobedo, & Barrera, 2012).

A continuación se mostrará información sobre los costos iniciales para el establecimiento de un cultivo de vainilla con el sistema tradicional con naranjos y polinización manual en una hectárea.

Tabla 1

CERCADO DE TERRENO	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Corte y acarreo de postes	Jornal	4	\$100	\$400
Apertura de hoyos	Jornal	5	\$100	\$500
Establecimiento de postes	Jornal	4	\$100	\$400
Jornales para la instalación	Jornal	6	\$100	\$600
	Total			\$1,900

ESTABLECIMIENTO DEL VAINILLAL	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Preparación del terreno	Jornal	25	\$100	\$2,500
Poda de Naranjos	Jornal	30	\$100	\$3,000
Trazo de la plantación	Jornal	4	\$100	\$400
Acarreo de material orgánico	Jornal	40	\$100	\$4,000
Adquisición de abono (lombicomposta)	Toneladas	3	\$2,500	\$7,500
Aplicación de abono y sustrato	Jornal	15	\$100	\$1,500
Adquisición de esquejes	Esqueje	1920	\$40	\$76,800
Desinfección de esquejes	Jornal	2	\$100	\$200
Plantación de esquejes	Jornal	15	\$100	\$1,500
Adquisición de esquejes para replante	Esqueje	96	\$40	\$3,840
Replante de esquejes	Jornal	2	\$100	\$200
Encausamiento de guías	Jornal	40	\$100	\$4,000
	Total			\$105,440

Tabla 2

CONTROL DE PLAGAS Y ENFERMEDADES	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Adquisición de fungicida orgánico	Litros	3	\$350	\$1,050
Adquisición de insecticida orgánico	Kilogramos	2	\$300	\$600
Aplicación de fungicidas e insecticidas	Jornal	20	\$100	\$2,000
Saneamiento de la planta	Jornal	20	\$100	\$2,000
Herramientas	Pieza	5	\$140	\$700
Control de malezas	Jornal	60	\$100	\$6,000
	Total			\$12,350

Tabla 3

Riego tecnificado	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Mantenimiento de sistema de riego tecnificado	equipo	1	\$15,000	\$15,000
Mantenimiento de sistema de riego tecnificado	Jornal	120	\$100	\$12,000

Total

\$27,000

Tabla 4

La sumatoria de estos costos nos da un total de \$146, 690 MXN. Estos costos representan un año de inversión, en el cual no se podrá cosechar. La primera cosecha se dará hasta el tercer año de inversión. En total durante estos tres años se invertirán \$304,357 MXN, esto incluye la sumatoria de los gastos mencionados anteriormente por los 3 años (quitando los costos de adquisición de terreno y equipos) más la polinización y cosecha que se hacen en el tercer año.

Inversión anual	Primer año	Segundo año	Tercer año
	\$	\$	\$
Inversión	146,690.00	62,690.00	94,977.00
		\$	
Total	304,357.00		

Tabla 5

A continuación se mostrará información sobre los costos para el establecimiento de un cultivo de maíz en una hectárea.

CERCADO DE TERRENO	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Corte y acarreo de postes	Jornal	4	\$100	\$400
Apertura de hoyos	Jornal	5	\$100	\$500
Establecimiento de postes	Jornal	4	\$100	\$400
Jornales para la instalación	Jornal	6	\$100	\$600
	Total			\$1,900

Tabla 6

ESTABLECIMIENTO DEL MAÍZ	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Preparación del terreno	Jornal	25	\$100	\$2,500
Trazo de la plantación	Jornal	2	\$100	\$400
Siembra con precisión	Jornal	2	\$500	\$1,000
Adquisición de abono (lombicomposta)	Toneladas	3	\$2,500	\$7,500
Aplicación de abono y sustrato	Jornal	15	\$100	\$1,500
Semillas	Millar	80	\$27	\$2,160
	Total			\$14,860

Tabla 7

CONTROL DE MALEZA Y PLAGAS	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Adquisición de fungicida orgánico	Litros	3	\$350	\$1,050
Adquisición de insecticida orgánico	Kilogramos	2	\$300	\$600
Aplicación de fungicidas e insecticidas	Jornal	20	\$100	\$2,000
Tratamiento a semillas	Millar	80	\$5.5	\$440
Clorpirifós	Litros	1	\$170	\$170
Lambda-cihalotrina	Litros	0.25	\$120	\$30
Aplicación de Clorpirifos y Lambda	Jornal	20	\$150	\$3,000
Herramientas	Pieza	5	\$140	\$700
Control de malezas	Jornal	60	\$100	\$6,000
	Total			\$13,990

Tabla 8

Riego tecnificado	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Mantenimiento de sistema de riego tecnificado	equipo	1	\$15,000	\$15,000
Mantenimiento de sistema de riego tecnificado	Jornal	120	\$100	\$12,000
	Total			\$27,000

Tabla 9

La sumatoria de estos costos nos da un total de \$57,750 MXN. Estos costos representan la inversión para una siembra en el cual se podrá cosechar. Al año este procedimiento se puede hacer 2 veces por lo que el costo anual será de \$115,500, en tres años comparados con el cultivo de vainilla se gastarán \$346,500.

Los rendimientos no se calcularon por la variabilidad que tiene este producto en el mercado internacional, sin embargo, suponiendo que se vendiera un kilogramo de vainilla beneficiada en \$20 USD y convirtiendo los costos de inversión a dólares (obtendríamos un total de \$20,990.14USD tomando el dólar a \$14.5 MXN), tendríamos que producir al menos 1,050 kilogramos de vainilla para recuperar la inversión, Por otro lado el precio del maíz es variado, sin embargo considerando que el maíz tiene un precio de \$167 USD (\$2,421.5 MXN) por tonelada se necesitarían producir al menos 48 toneladas por año para recuperar la inversión.

Conclusión

Después de analizar la información anterior podemos observar que el cultivo de vainilla es una apuesta a largo plazo pues solo se cosecha una vez al año y sus ganancias se obtienen a partir del tercer año de cultivo, también podemos observar que la comparación con el costo del maíz en 3 años tiene una diferencia de \$42,143 MXN.

Para hacer un cálculo más preciso de su precio la producción de vainilla mexicana debe alcanzar estabilidad, el cual se estima sería alto por su denominación de origen (superando los \$20 USD). Para conseguir la estabilidad de producción, concluimos que el productor mexicano podrá subsistir sin necesidad de abandonar la vainilla mientras la beneficie por su cuenta, no es un cultivo que proporcione una venta del día a día, esta venta debe realizarse por contrato combinándola con la producción de otros cultivos buscando un aprovechamiento sustentable de sus parcelas y así evitar la extinción de la vainilla mexicana.

Contenidos

Esquema 1: cadena de suministro interna.

Tabla 1: Costos del cercado del terreno para cultivo tradicional de vainilla.

Tabla 2: Costos del establecimiento del vainillal en cultivo tradicional.

Tabla 3: Costos del control de plagas y enfermedades en cultivo tradicional.

Tabla 4: Costos del riego tecnificado en cultivo tradicional.

Tabla 5: Costos totales anuales del cultivo tradicional.

Tabla 6: Costos del cercado del terreno para cultivo de maíz.

Tabla 7: Costos del establecimiento del maíz

Tabla 8: Costos del control de malezas y plagas del maíz.

Tabla 9: Costos del riego tecnificado del maíz.

Referencias

- Álvarez, A. (2012). vainilla. Retrieved from <http://menudiando.com/home/datos-curiosos/#.VGozGjSG91Y>
- Bristol, U. of. (2013). Vanilla by name but not by nature. Retrieved from <https://chempics.wordpress.com/tag/vanilla/>
- Estrada, A., Treviño, F., & Madrigal, S. (2013). *Comercialización de la vainilla*.
- Galindo, C. (2012). Vainilla. Retrieved from <http://www.biodiversidad.gob.mx/usos/alimentacion/vainilla.html#>
- Girón, J. (2012). Xocolatl: antes alimento de los dioses, y ahora... *Revista de Divulgación Científica Y Tecnológica de La Universidad Veracruzana*, 1.
- Gobierno Veracruzano. (2010). *Monografía de la vainilla* (p. 28).
- Jaramillo, J. L., Escobedo, J. S., & Barrera, A. (2012). Competitividad de Sistemas de Beneficiado de Vainilla (Vainilla Planifolia J.) en la Región del Totonacapan, México., 93(Diciembre), 80694.
- SAGARPA. (2010). *Estudio de oportunidades de mercado internacional para la vainilla mexicana* (p. 238).
- SAGARPA. (2012). *Plan rector para la competitividad del sistema producto vainilla del estado de san luis potosí* (p. 53).
- Velázquez, E. (2013). La construcción social de las regiones, el caso del Totonacapan. *CIESAS*, 8356837.



UNA APROXIMACIÓN ESTOCÁSTICA AL IMPACTO DE LOS INVENTARIOS EN LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE IZÚCAR DE MATAMOROS MEDIANTE ANÁLISIS DEL INDICADOR DUPONT Y EL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Jorge A. Restrepo M. Institución de adscripción: Docente-Investigador de la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia. Líder Grupo Research and Enterprise Development (R.E.D.) Dirección: Calle 78B No. 72A- 220, Medellín, Colombia. Correo electrónico: jrestrepo@tdea.edu.co. Nacionalidad: Colombiana.

María de Lourdes Beltrán Romero. Maestra de la Universidad Tecnológica de Izúcar de Matamoros. Dirección: Prolongación Reforma 168, Barrio de Santiago Michoacán. C.P. 74420. Izúcar de Matamoros, Puebla, México. Correo electrónico: lourdes455@hotmail.com. Nacionalidad: Mexicana.

Elva Patricia Ramírez Cortés. Maestra de la Universidad Tecnológica de Izúcar de Matamoros. Dirección: Prolongación Reforma 168, Barrio de Santiago Michoacán. C.P. 74420. Izúcar de Matamoros, Puebla, México. Correo electrónico: eprc25@gmail.com. Nacionalidad: Mexicana

Fernando Flores Aguila, Universidad Tecnológica Izúcar de Matamoros. Dirección: Prolongación Reforma 168, Barrio de Santiago Michoacán. C.P. 74420. Izúcar de Matamoros, Puebla, México. Correo electrónico: . Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 06/Abril/2015

Fecha de aceptación: 20/Mayo/2015

Resumen

Este trabajo cuantifica el impacto de la eficiencia ómedida por la rotación de activos y la gestión de inventarios-, el margen de utilidad y el apalancamiento financiero sobre el desempeño del indicador de rentabilidad del patrimonio óROEó de las empresas comercializadoras de la región de Izúcar de Matamoros, haciendo uso de un análisis Dupont estocástico y de la determinación del punto de equilibrio en días para los inventarios. Se utiliza la Simulación de Montecarlo óSMó para modelar el sistema Dupont y el punto de equilibrio, aproximando todas las cifras del Balance General óBG- y el Estado de Resultados óPyGó a las distribuciones de probabilidad de mejor ajuste y determinar una cifra para explicar el rendimiento del patrimonio y de la inversión de este tipo de empresas y determinando el punto de equilibrio en días para los inventarios. Luego, a través de un análisis de sensibilidad mediante @Risk, se determina el impacto de las variables explicativas de eficiencia, margen y el apalancamiento financiero en el comportamiento del Índice Dupont proyectado y del punto de equilibrio y por último se realiza una caracterización de la cultura del control de inventarios por medio de una encuesta a 152 Pymes de la región.

Palabras clave: ROE, modelo Dupont, Pymes, Gestión de Inventarios, simulación de Montecarlo.

Abstract

This paper quantifies the impact of management efficiency of commercial agencies in the region of Izúcar of Matamoros, measured by the inventories and assets turn-over, profit margin and financial leveraging on the performance metric return on equity -ROE-. Using a stochastic Dupont analysis and assessment inventoriesøbreakeven in days. -SM- Monte Carlo Simulation is used to model the Dupont system and breakeven. Using information from outside the general double entry book-keeping accounting system and Income Statement to in order to find the best fitø probability distributions and determine a metric to explain the equity and investmentø performance of these businesses and determining the inventoriesø breakeven in days. Then, through a sensitivity analysis using Risk, the behavior of Dupont index is determined using the explanatory variables of efficiency, margin and leverage effects and breakeven is determined.

Key Words: Dupont Model, SMEs, AHP, SM

Introducción

Los procesos de internacionalización y la globalización han creado el imperativo de una gestión adecuada de los inventarios; para las Pymes de Izúcar de Matamoros esta tendencia toma cada vez más fuerza. En primer lugar, porque de acuerdo con (Macias, 2003), las Pymes son indispensables como principal generador de empleo y como un eficiente distribuidor de ingresos entre la población y las regiones, además de su aporte para que las grandes empresas permanezcan; también argumenta que son un factor determinante para la cohesión social y la movilidad económica de las personas. Constituyendo, en el caso de México, las Pymes representan más del 99% del total de las unidades económicas del país, alrededor del 52% del Producto Interno Bruto y contribuyen a generar más del 70% de los empleos formales.

En segundo lugar, la gestión de la cadena de suministro, incluidos los inventarios, son un asunto de relevancia para los investigadores y los tomadores de decisiones, una vez que se considera un factor crítico de éxito y una fuente de ventaja competitiva (Chistoper, 1998), (Giménez, 2005), (Lambert & Cooper, 2000), (Sandberg, 2006). Se deriva como la cadena de suministro, y por tanto los inventarios, se tornan en un asunto de primer orden en diferentes sectores e industrias tanto a nivel nacional como internacional, incluidas las Pymes de la región y es por ello que se pretende investigar la cultura de gestión de inventarios de sus empresarios Pymes.

Por último, los costos asociados con un inadecuado manejo del capital de trabajo, donde uno de sus rubros más representativos, con frecuencia esta represado en las bodegas, generando para las empresas problemas de liquidez (Restrepo & Vanegas, 2009); ante este panorama es conveniente que las compañías aborden con rigor los diferentes métodos utilizados para administrar el activo corriente y mantener los niveles óptimos que satisfagan las necesidades de los clientes y soportan un nivel rentable que permita a la organización alcanzar niveles de eficiencia operativa y por tanto ser más competitiva.

El modelo Dupont es uno de los análisis más antiguos que presentan la forma más fácil para la mejor comprensión de ratios de retorno y su cambio. Permite desarrollar un análisis simultaneo de eficiencia y rentabilidad y muestra cómo interactúan para determinar la rentabilidad sobre los activos óROAó (Dehning & Stratopoulos, 2002), para ello relaciona el estado de Pérdidas y Ganancias óPyG-, midiendo la capacidad de la empresa para convertir ventas en ganancias, y el Balance General óBG-, cuantificando la capacidad de la empresa para generar ventas a través de los recursos (inversiones en capital de trabajo y activos fijos) con el financiamiento. Así, el análisis propuesto en este artículo se realiza a nivel de firma, y tiene por finalidad introducir el análisis estocástico en la cuantificación de la incidencia que tienen las

variables explicativas del índice Dupont, en el desempeño financiero de las MiPyMEs comercializadoras de la región de Izúcar de Matamoros en el periodo 2009-2013.

En este sentido, las firmas objeto de análisis son las MiPyMEs comercializadoras, empresas que dependen ampliamente de los inventarios y su eficiencia para la venta de sus productos y la generación de valor. Se dispone de datos para 152 empresas que reportan información recolectada por medio de una encuesta y de forma directa de los libros contables de una de las empresas tomada como estudio de caso, esto facilita la construcción de indicadores mensuales para todo el grupo de comercializadoras como un conjunto, y se deflactan las variables por IPC e IPP para tener un conjunto homogéneo de información en términos reales (pesos de 2009). Esta información se procesa en el software @Risk, utilizado para modelar el índice Dupont y determinar el punto de equilibrio.

Este artículo está estructurado en cinco partes incluida esta introducción. La segunda parte presenta una breve revisión de los conceptos del Modelo Dupont y sus aplicaciones en problemas similares; posteriormente, la parte 3, muestra una explicación del método utilizado para determinar el punto de equilibrio. En cuarto lugar se muestra el cálculo y análisis del indicador Dupont y del punto de equilibrio y se cierra, como quinto punto, con los resultados y las principales conclusiones.

Marco teórico

Modelo Dupont

El modelo Dupont fue ideado por Donaldson Brown³, y aplicado para diagnosticar las finanzas de la empresa automotriz General Motors. El éxito del ejercicio, se registra como el pionero de los procesos de reingeniería en una empresa, y se constituyó en el paradigma de control que impero hasta los años setenta. El sistema Dupont hace parte de la batería de razones financieras de rentabilidad, con gran aplicación para la evaluación del desempeño tanto económico como operativo de una empresa (León, 2008). Su fortaleza radica en que el sistema Dupont combina los principales indicadores financieros para determinar la eficiencia con que la empresa está utilizando sus activos, el capital de trabajo y el apalancamiento financiero (Cuevas Villegas, 2001). El sistema Dupont agrupa el margen neto de utilidades, la rotación de los activos totales y el apalancamiento financiero.

En la revisión bibliográfica, se registran trabajos y aproximaciones al diagnóstico y medición de eficiencia financiera mediante el modelo Dupont (Fairfield & Yohn, 2001; Soares & Galdi, 2011; Dehning & Stratopoulos, 2002; Chang, Chichernea, & HassabElnaby, 2013; Botika, 2012), se encuentra

³ Ingeniero eléctrico quien prestaba sus servicios a la empresa Dupont, del sector de químicos, que en 1914 adquirió el 23% de las acciones de la empresa General Motors.

la particularidad de que ninguno de los trabajos consultados utiliza procesos estocásticos para determinar las variables que componen el ROE y elaborar análisis de sensibilidad.

Las tres variables que confluyen en el modelo permiten medir el crecimiento económico de una empresa, debido a que las utilidades, y por tanto la rentabilidad, se generan desde tres dimensiones; la primera es el margen de utilidad en las ventas, la segunda el uso eficiente de los activos lo que implica un incremento de la rotación de éstos y la tercera surge del impacto que sobre la rentabilidad producen los costos financieros cuando las operaciones se financian con capital externo.

Con la premisa de que la rentabilidad es función del margen de utilidad en ventas, la rotación de los activos y el apalancamiento financiero (Restrepo & Vanegas, 2009), se puede afirmar que el modelo Dupont permite conocer el mecanismo por el cual una empresa obtiene rentabilidad e identificar las fortalezas y debilidades del proceso; una vez que el indicador ROE, se constituye como el elemento más importante del análisis de DuPont. Una gran cantidad de autores señalan el método DuPont como una herramienta propicia para el análisis de las razones financieras (García, 2004), (Bernstein & Wild, 1998), (Revsine, Collins, & Johnson, 1999), (Stickney, 1999).

A continuación se explica el uso de las variables que componen el modelo; el margen de utilidad en ventas es importante porque es el mecanismo a través del cual una empresa genera utilidades, y que se configura en dos alternativas: la primera, acudiendo a un alto margen y un baja rotación, situación propia de productos suntuosos o con un alto contenido tecnológico o bienes de capital, vehículos y propiedad raíz, que se caracterizan por su baja rotación y por tanto dependen de un margen alto de utilidad para absorber los costos fijos y generar utilidad. Este tipo de productos, aunque pueden tener una alta rentabilidad, tienen la tendencia a no utilizar de forma eficiente los activos ni el capital de trabajo, puesto que mantienen un capital inmovilizado por un mayor tiempo. La segunda alternativa, recurre a productos con un margen menor de utilidad, que es compensado por la alta rotación de las ventas que confluye en el uso eficiente de sus activos porque el capital se inmoviliza por periodos cortos de tiempo. Con los lineamientos anteriores, el ideal de una empresa será lograr la combinación de dichas alternativas para maximizar la eficiencia de los recursos. El tercer elemento, el multiplicador del capital o apalancamiento financiero, consiste en la posibilidad de financiar inversiones acudiendo a recursos externos y minimizando el uso de recursos propios. Por lo general, los recursos externos son menos costosos que los propios y como el apalancamiento es la relación entre crédito y capital invertido en una operación financiera, si se reduce el capital que es necesario aportar, se produce un aumento de la rentabilidad obtenida (Restrepo, 2007). No obstante, que el incremento del apalancamiento también trae consigo un aumento en los riesgos de la operación, dado que provoca menor flexibilidad o mayor exposición a la

insolvencia o incapacidad de atender los pagos. Es por eso que el sistema Dupont configura su importancia al incluir el apalancamiento financiero, el margen de utilidad en ventas y la eficiencia en la operación de los activos para determinar la rentabilidad de la firma o sector.

Cálculo del índice Dupont

Teniendo claro el significado de las variables utilizadas por el sistema Dupont, se determina como es su cálculo de una forma sencilla mediante la Ecuación 1 (García, 2004).

$$\text{Dupont} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}} \times \text{Apalancamiento financiero} \quad (1)$$

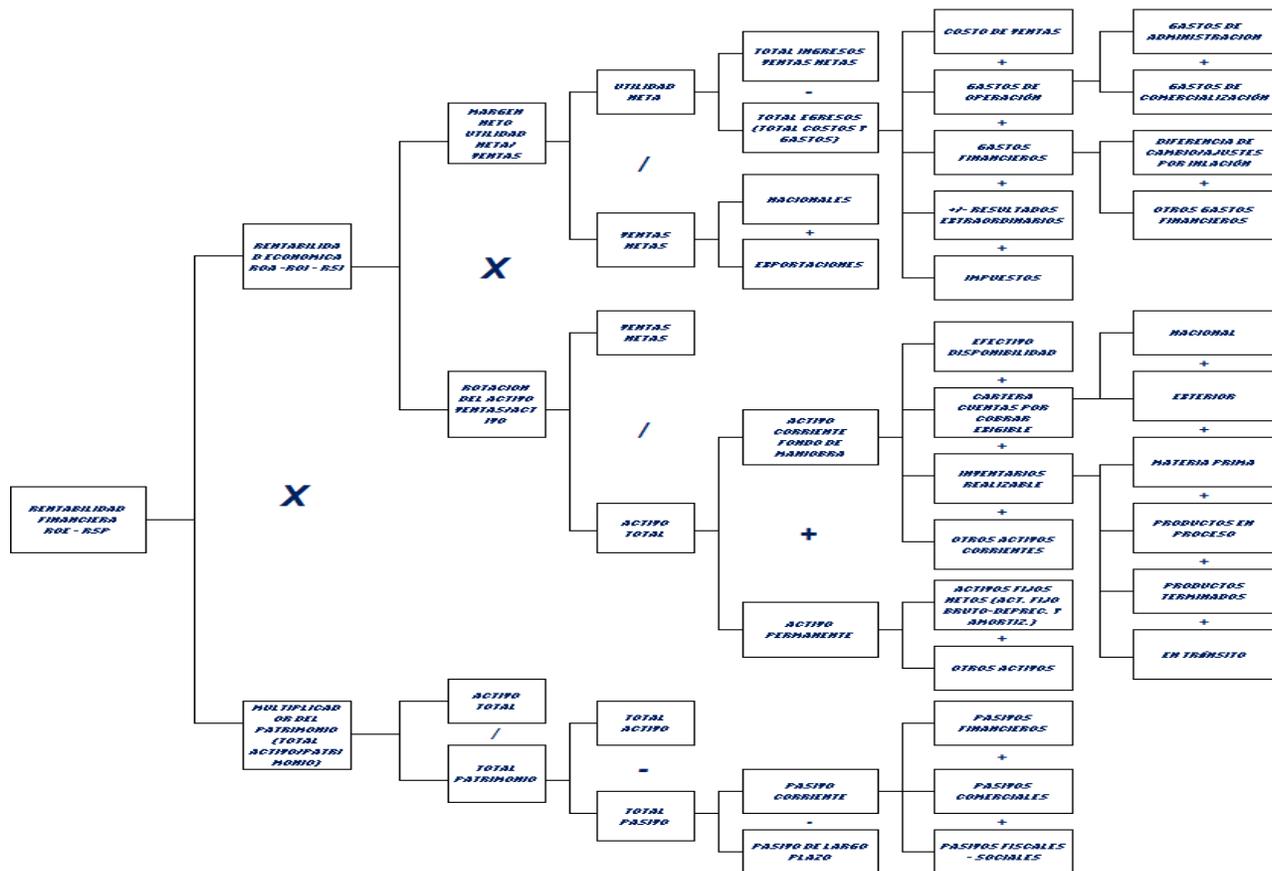
Se observa como el primer factor corresponde al margen de utilidad en ventas, el segundo factor representa la rotación de activos totales que refleja la eficiencia en la operación de los activos y el tercer factor considera el apalancamiento financiero.

La filosofía del modelo simplifica la complejidad del análisis financiero estableciendo una relación entre el estado de resultados, determinando la capacidad de la empresa para traducir las ventas en utilidades, y el balance general, cuantificando el potencial de la empresa para generar ventas a través de los recursos utilizados como las inversiones en capital de trabajo, activos operativos y de producción y el financiamiento. Mediante este modelo es posible establecer las causas por las cuales se incrementan o disminuyen las utilidades (Fairfield & Yohn, 2001).

Con la incorporación de las distribuciones de probabilidad a los cambios porcentuales de las cifras de los balances históricos que componen el índice Dupont, se genera una herramienta de gestión de riesgo, al determinar la volatilidad de tales cambios, aportando a la batería de herramientas de gestión de riesgo, y reafirmando la premisa de que el problema no es que no existan herramientas para gestionar el riesgo o que no funcionen, sino que las empresas raramente usan las adecuadas (Hubbard, 2009).

La Figura 1, presenta una síntesis de las principales razones que subyacen en la obtención de un mayor enriquecimiento o pobreza de los accionistas se enclavan en un mayor y eficiente control de gastos que deriva en un mejor margen de utilidad neta; eficiente aprovechamiento de los recursos de la empresa incentivando el aumento de la rotación de los Activos; y por último, un uso eficaz de los recursos de terceros por medio del financiamiento a base de deuda, mejorando el apalancamiento financiero, y considerando que se asume un mayor riesgo operacional o financiero.

Figura 1. Modelo Dupont Descompuesto en Variables de Nivel 1



Fuente: Elaboración propia

Punto de Equilibrio por medio del Factor K.

El problema de la gestión de inventarios se puede resumir en dos preguntas ¿cuándo? y ¿cuánto? mantener en stock; tener su respuesta se convierte en un insumo básico para un control eficiente y óptimo de los inventarios porque permite evitar costos innecesarios y lograr la satisfacción de la demanda (Meyers, 2000). En este trabajo, se utilizan los márgenes de contribución por línea de producto de una empresa comercializadora de muebles y electrodomésticos de la región de IZM, los análisis de la información histórica sugieren como mejor ajuste modelar la demanda por medio de una distribución triangular y los costos asociados con la gestión de inventarios se ajustan a una distribución uniforme; luego se determina un factor que relaciona los costos de administración del inventario con el valor del inventario promedio y se determina un valor estocástico K, que representa el porcentaje del valor anual de los inventarios que representa el costo de su mantenimiento y almacenamiento, que involucra tanto los

costos directos como el costo de oportunidad asociado con el valor del dinero en el tiempo.

Posteriormente se halla el costo diario de mantener inventarios y se calcula el número de días promedio que el inventario, el cual será el punto de equilibrio en días para mantener el inventario. Por debajo de ese punto será rentable para la empresa y por encima, destruye valor, así se venda con el margen designado.

Se utiliza el siguiente sistema de ecuaciones:

$$DE = \frac{11111}{111} \quad (2)$$

$$CUD = \frac{111}{111} \quad (3)$$

$$CA = \text{Valor promedio de los inventarios} \times K \quad (4)$$

$$CUA = CAUC \quad (5)$$

$$K = \frac{111}{111} \quad (6)$$

$$\text{Utilidad} = (PV - CV - CUA) * Q \quad (7)$$

Donde:

DE=días de equilibrio del inventario

PV=Precio de venta promedio

CV=Costo variable promedio

CUD=Costo Unitario gestión inventarios por día

CGA=Costos de gestión inventario por año

VPI=Valor promedio del inventario anual

CUA=Costo Unitario Gestión Inventarios

Q = Unidades vendidas en el periodo

Se acota que los CGA, se determinan en este estudio para una empresa y comprende todos los gastos relacionados de forma directa e indirecta con la gestión de inventarios, a saber: costo de la bodega, impuestos, seguros, costos de oportunidad. Las variables anteriores son estocásticas y por tanto es necesario analizar la distribución de probabilidad de mejor ajuste, para ello se utiliza el software @Risk.

Método

La presente investigación es de corte mixto, cualitativa-cuantitativa. Cualitativa con un alcance descriptivo porque se lleva a cabo una caracterización de las pymes de la región de Izúcar de Matamoros y cuantitativa con un alcance correlacional, porque se parte de una muestra de las pymes comercializadoras de la región y se establece el impacto de cada una de las variables que componen el índice Dupont y el indicador de punto de equilibrio sobre la rentabilidad del patrimonio de estas empresas. Se utiliza la Simulación de Montecarlo óSMó para modelar el sistema Dupont y el punto de equilibrio, aproximando todas las cifras del Balance General óBG- y el Estado de Resultados óPyGó a las distribuciones de probabilidad de mejor ajuste y determinar una cifra para explicar el rendimiento del patrimonio. Luego, a través de un análisis de sensibilidad mediante @Risk, se determina el impacto de las variables explicativas de eficiencia, margen y el apalancamiento financiero en el comportamiento del Índice Dupont proyectado y del punto de equilibrio.

Punto de Equilibrio.

La idea básica del modelo de punto de equilibrio es encontrar las distribuciones de probabilidad para las ventas en unidades, el inventario promedio, el precio de venta promedio, el costo unitario y definir como salida las utilidades generadas en la ecuación 1. Paralelamente, determinar el factor K, que representa los costos y gastos asociados con la gestión de inventarios como porcentaje del valor promedio de los inventarios anuales; este valor permite determinar el valor asociado por periodo y por unidad, para posteriormente aplicarlo en el estado de resultados como una función de las unidades vendidas y determinar, por medio del margen de contribución, los días de equilibrio que era rentable mantener inventarios.

Modelo Dupont.

De acuerdo con la metodología propuesta, continuación se detalla la metodología desarrollada para la medición del indicador Dupont estocástico, recurriendo a la información histórica del periodo 2009/2013, se construyen las variaciones porcentuales de todas y cada una de las cuentas del Balance General y del estado de pérdidas y resultados. A cada serie, por medio del @Risk, se le halló la distribución de probabilidad teórica que mejor ajuste presentó, se incorporó el análisis de correlación al modelo y se proyectó el índice Dupont para el año 2014. Se analizaron las cuentas de Balance y PyG relacionadas con la eficiencia en la gestión de inventarios y se hallaron las respectivas distribuciones de probabilidad en

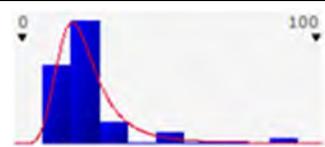
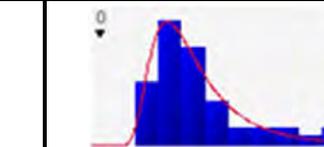
correspondencia a cada cuenta. Los valores obtenidos se incorporan en la Matriz de evaluación interna de las variables del Índice Dupont y se procede al análisis de sensibilidad y la formulación de la ecuación de regresión que genera el índice Dupont.

Resultados

Impacto de los días de Inventario en las utilidades.

La Ilustración 1 y la Ilustración 2, permite observar los resultados del ajuste de distribuciones de probabilidad para las cuentas más importantes que conforman el sistema de gestión de inventarios de la empresa analizada. Se acota, que el análisis se lleva a cabo con el @Risk y se generan diferentes distribuciones de probabilidad que cumplen, se elige entre ellas las que cumplen con la prueba chi-cuadrado y presentan un p-value de mejor ajuste.

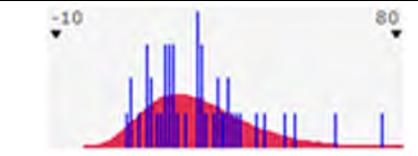
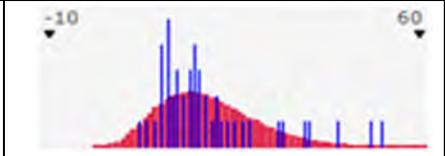
Ilustración 1. Ajuste de Distribuciones de Probabilidad para: días de Inventarios, Ventas e Inventarios en pesos

Nombre	Días Inv.	Venta \$	Inv. \$
Rango	Datos!U9:U54	Datos!V9:V54	Datos!W9:W54
Mejor ajuste (AIC)	RiskLoglogistic(4.6134,16.809,3.4116)	RiskExtvalue(73237,28690)	RiskPearson5(5.0214,181149,RiskShift(5781.3))
Función	24.05603518	89797.31743	50827.55255
AIC	337.0679	1095.6604	1040.7826
Mínimo	4.6134	-Infinito	5781.3316
Máximo	+Infinito	+Infinito	+Infinito
Media	24.0562	89798.001	50827.7824
Moda	18.6953	73237.5721	35865.6668
Mediana	21.4225	83752.8986	44387.177
Desviación est.	12.7298	36796.6024	25915.3079
Gráfico			

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta y el uso del @Risk.

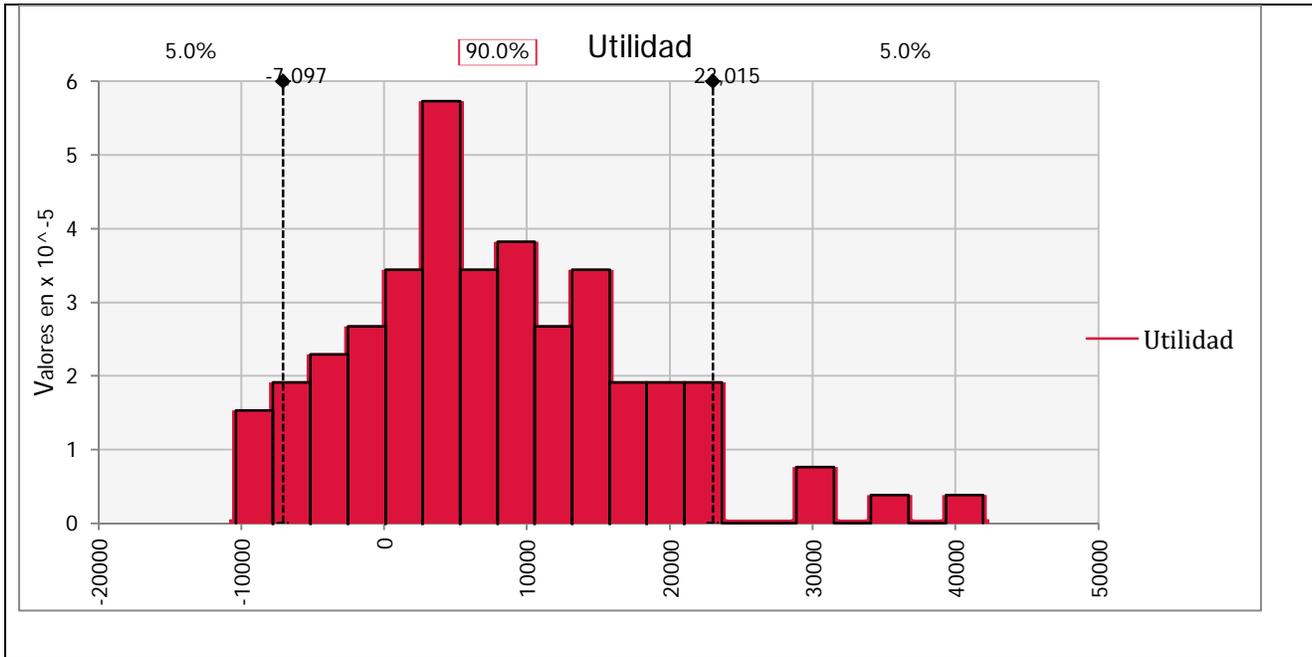
Igualmente se incorpora el análisis de correlación entre las variables explicativas para la obtención de las que permiten explicar el impacto del exceso o déficit de inventarios en las utilidades generadas en la comercialización de la línea blanca.

Ilustración 2. Ajuste de Distribuciones de Probabilidad para Ventas e Inventarios en Unidades

Nombre	Ventas Uds.	Inv. Uds
Rango	Hoja3!S8:S54	Hoja3!T8:T54
Mejor ajuste (clasificado por AIC)	RiskNegbin(6,0.17435)	RiskNegbin(7,0.25354)
Función	28	20
AIC	362.3667	332.9081
Mínimo	0	0
Máximo	+Infinito	+Infinito
Media	28.413	20.6087
Moda	23	17
Mediana	27	19
Desviación est.	12.7657	9.0157
Gráfico		

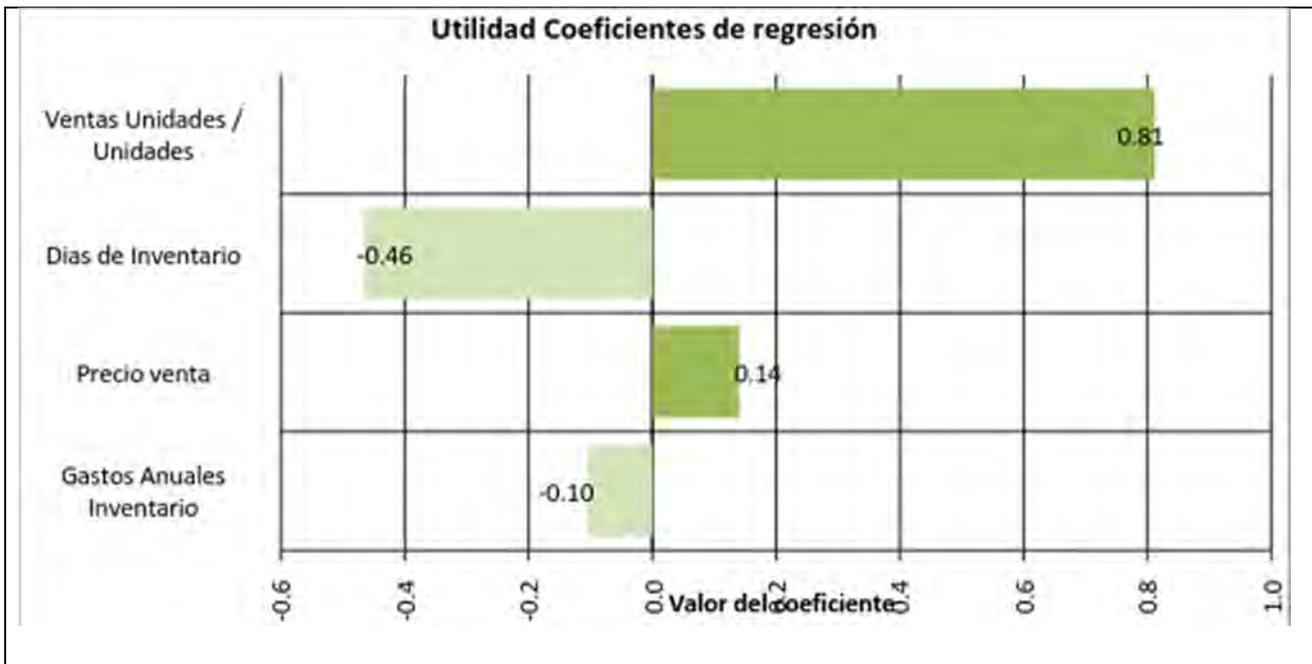
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta y el uso del @Risk.

Ilustración 3. Distribución de Probabilidad Acumulada de las Utilidades de la Comercializadora.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta y el uso del @Risk.

Ilustración 4. Coeficientes de Regresión que explican el impacto de las Utilidades



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta y el uso del @Risk.

Ilustración 5. Entradas clasificadas por su efecto en las Utilidades



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta y el uso del @Risk.

Los resultados obtenidos permiten determinar el impacto del mantenimiento de inventarios en las utilidades de una empresa, las cuales se mueven en el rango de valores [7.097; 22.015] con un grado de confianza del 95% - como se observa en la ilustración 3-; lo anterior significa que la empresa genera como mínimo 7,097 pesos de utilidad en la línea blanca y como máximo 22,015 pesos. Igualmente, el análisis de la información histórica de inventarios muestra un valor promedio de 24 días de inventario y el análisis de los días de equilibrio de acuerdo con el nivel de ventas y los gastos de gestión se sitúan en un límite superior 28 días, en otras palabras significa que cuando la empresa mantiene inventario para más de 28 días, los costos de oportunidad derivados de la política anterior absorben las utilidades de la venta y la empresa destruirá valor, no obstante que sobre el papel se genere utilidades en su venta.

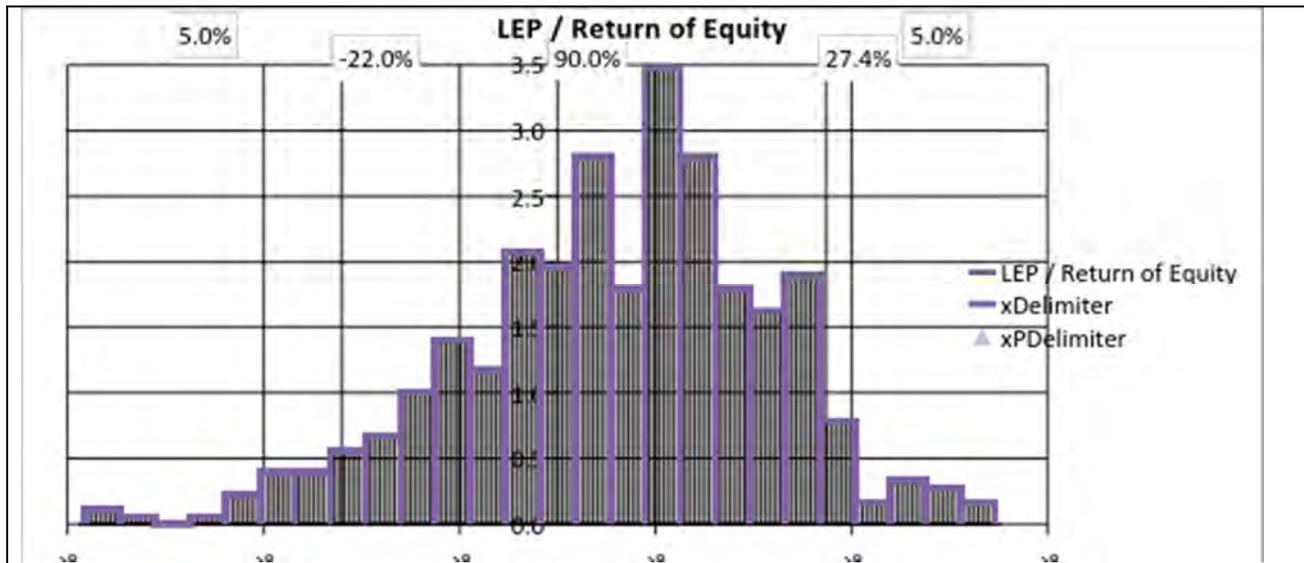
La Ilustración 4, muestra los coeficientes de regresión de las utilidades, asociados con las variables precio de venta, días de inventarios y gastos de mantenimiento de inventarios. Se observa como la ecuación de utilidades está fuertemente influenciada por las unidades vendidas por un valor de 0,81; lo que significa que cuando se vende una unidad adicional en la línea blanca, las utilidades incrementan en 0,81 puntos porcentuales; a su vez los gastos de gestión de inventario tienen un coeficiente negativo de -0,10, significando que cada que los gastos se incrementan en mil pesos, las utilidades disminuyen en 0,1

unidad porcentual. Los días de inventarios tienen un impacto negativo de 0,41 en las utilidades; se puede inferir que cada vez que se aumenta un día en los inventarios las utilidades caen en 0,41 puntos porcentuales.

La Ilustración 5, permite inferir el impacto de cada variable sobre las utilidades en términos absolutos, se acota que cada variable se analiza independiente bajo el criterio *ceteris paribus*, por ejemplo las ventas en unidades se mueven en el rango [-5,521; 27.812], esto explica que en su punto mínimo las ventas en unidades, con las mismas políticas de inventarios, generan una pérdida en 5,521 pesos y en su punto máximo generan una utilidad de 27,812. Por su parte, los días de inventarios se mueven en el intervalo [-9012;17850], implica que cuando presentan su valor máximo el impacto en las utilidades será negativo del orden de -9,012 pesos y cuando se ubican en su valor óptimo generan utilidades por 17,850. Igualmente, se muestra que la utilidad base es de 7,714 para simulación de 1,000 corridas. Las demás variables se analizan de forma similar y la ilustración cuatro exhibe los valores extremos del rango.

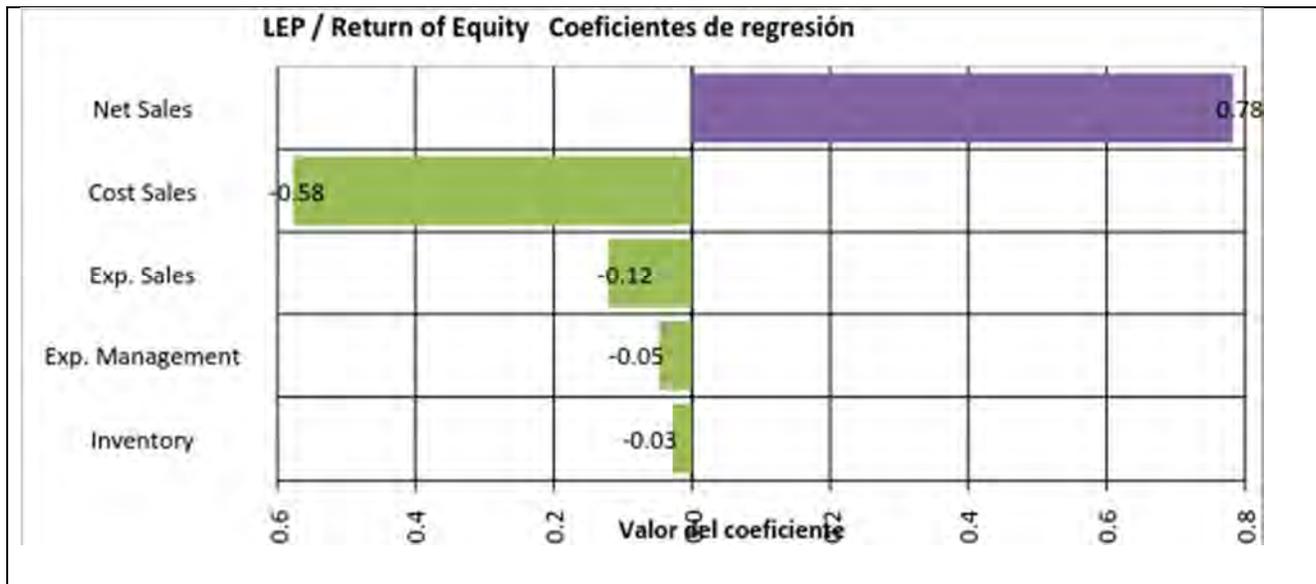
La Ilustración 6, muestra la distribución acumulada del ROE, con un nivel de confianza del 95%, se puede afirmar que el ROE de la entidad se mueve en el rango [-22,0; 27.4], cuando la simulación asume los valores de las variables explicativas generados por sus respectivas distribuciones de probabilidad.

Ilustración 6. Análisis de Sensibilidad del ROE en el modelo Dupont



Fuente: Elaboración propia en @Risk con datos de la empresa.

Ilustración 7. Coeficientes de Regresión del ROE



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta y el uso del @Risk.

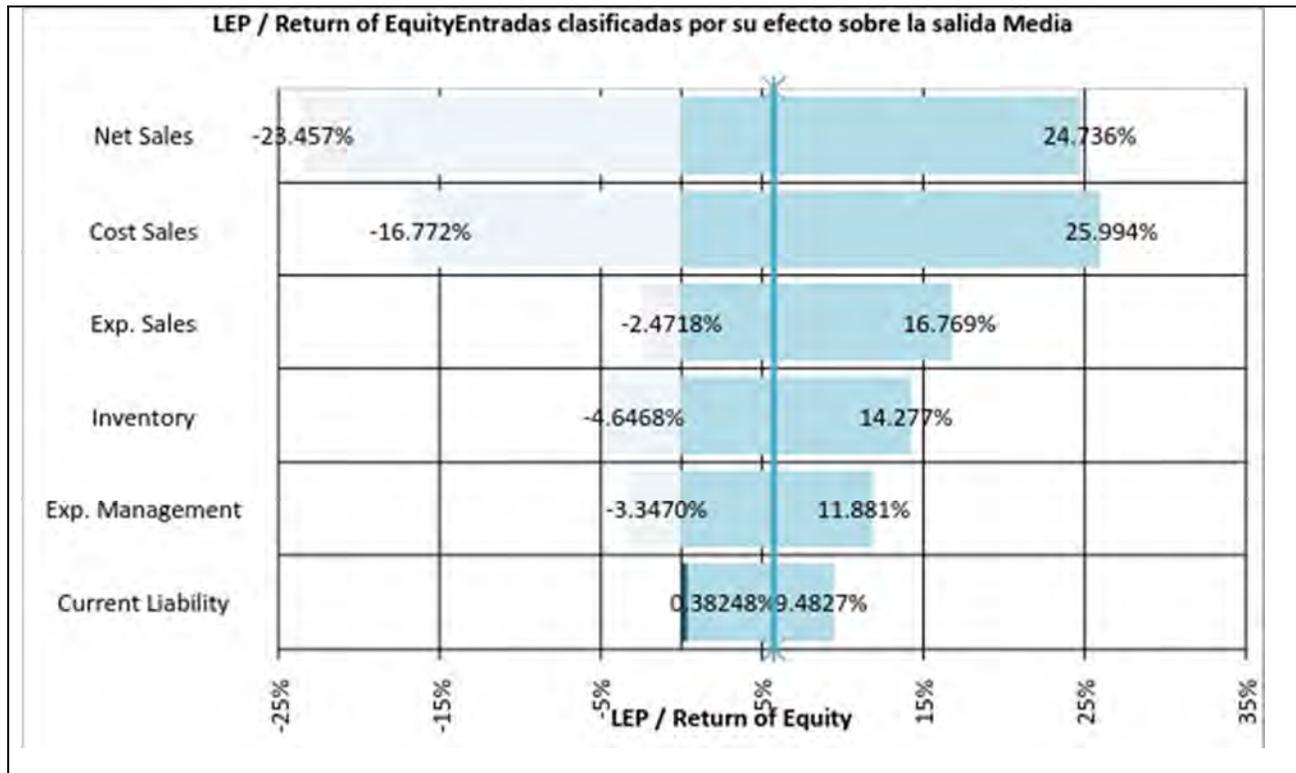
Por su parte la Ilustración 7, presenta los coeficientes de regresión para la determinación del ROE; por medio de una estimación lineal dada por la Ecuación 8.

$$R = 1X_1 + 2X_2 + \dots + nX_n \quad (8)$$

Donde X_i = i n, corresponde a las cuentas que componen el modelo Dupont, tales como: Ventas Netas, Costo de Ventas, Gastos de Ventas y Administrativos, Inventarios, entre otras. Se destaca como las ventas netas presentan un coeficiente de 0,78 que significa que por cada incremento porcentual de las ventas el ROE se incrementa en 0,78 unidades porcentuales y presenta una relación directamente proporcional; en tanto que los inventarios presentan un coeficiente negativo de 0,03, indicando que un incremento porcentual de éstos, representan una reducción de 0,03 unidades porcentuales del ROE. Las variables Gastos de venta y Administración tienen un impacto negativo de -0,12 y -0,05 respectivamente y su explicación es similar a las anteriores.

La Ilustración 8, refleja el impacto de cada variable explicativa del modelo Dupont en el ROE, se aclara que la lectura de cada variable es independiente, esto significa que se asumen las demás variables constantes; así la variable de mayor determinación o influencia sobre el ROE son los ingresos operacionales, que lo ubican en el intervalo [-23,45; 24,7] en función del valor asumido de acuerdo con su distribución de probabilidad de los ingresos. En términos simples, si los ingresos por ventas llegan al valor mínimo de crecimiento histórico óescenario pesimistaó, el ROE llegará a un valor negativo de -23,45%. En condiciones normales, las ventas llegaran al crecimiento promedio histórico óescenario normaló y el ROE alcanzará el valor de 5,72%; y en el evento de que las ventas alcancen el máximo crecimiento histórico óescenario optimistaó el ROE llegará a un valor de 24,73%.El costo de las ventas, se ubica en el segundo lugar en el intervalo [-16,72; 25,79]; en tercer lugar de importancia aparece los gastos de ventas en el intervalo [-2,47; 16,76]. El rubro de mayor interés los inventarios, se posiciona en cuarto lugar y lo ubica en el intervalo [-4,64; 14,27]; a continuación se ubican los gastos de administración en el rango [-3,34; 11,88] y por último los pasivos, en el rango [0,38; 5,72]. La interpretación es similar a la de las ventas netas y de la partida de inventarios, con sus respectivos intervalos.

Ilustración 8. Impacto de las Partidas para la Obtención del ROE por Análisis Dupont.



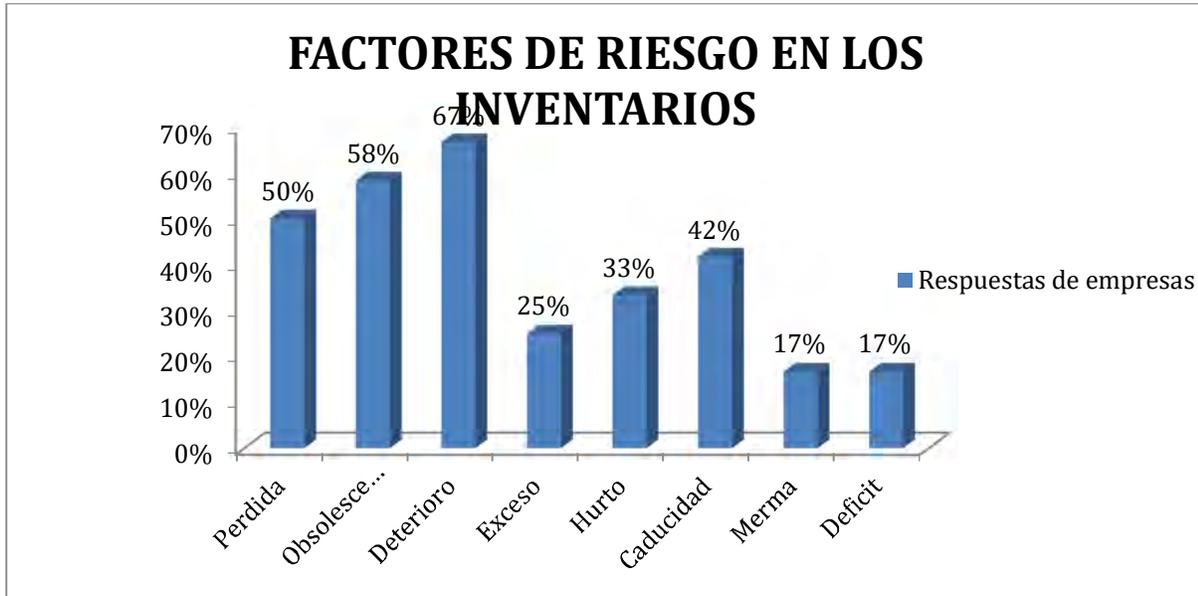
Fuente: Elaboración propia en @Risk con datos de Superintendencia de Sociedades (2013)

Con el propósito de caracterizar la gestión y la cultura del control de inventarios en las Mipymes de IZM, se realizó una encuesta a 152 Mipymes de la región, a continuación se presentan los resultados:

Factores de Riesgo

Los representantes de las empresas en estudio, consideran que los principales riesgos asociados con la gestión y control de inventarios se encuentran encabezados por el deterioro, con un 67% del total de respuestas, seguido de la obsolescencia con un 58%. Por su parte, las mermas y el déficit de inventario son los riesgos calificados como más bajos con un 17% cada uno, de acuerdo con las empresas encuestadas. La ilustración 9 ilustra los hallazgos.

Ilustración 9. Factores de Riesgo

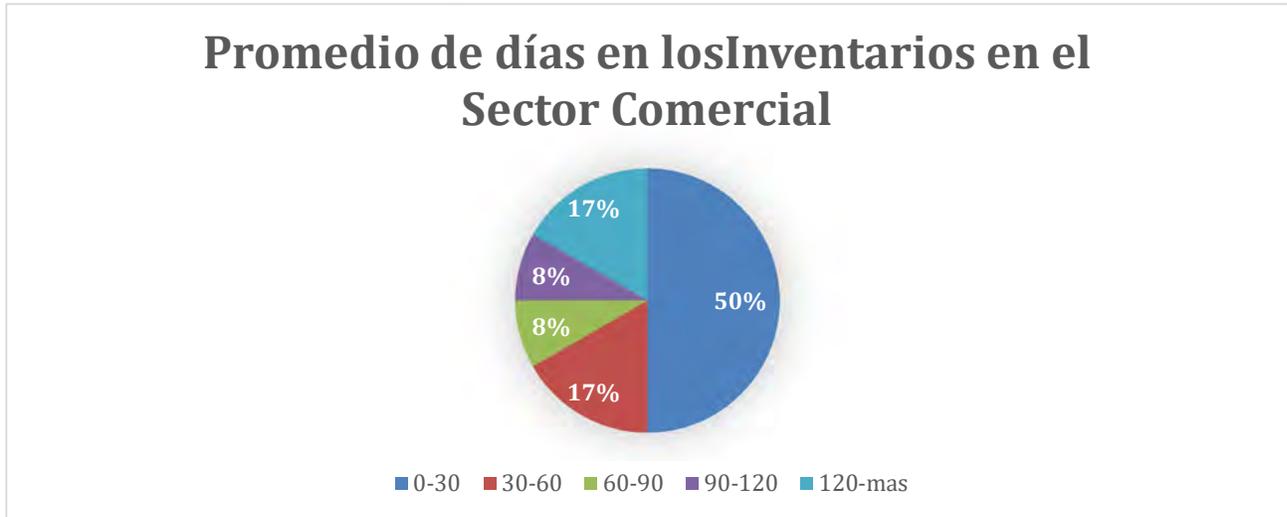


Fuente: Elaboración propia

Promedio de días de sus inventarios

Por su parte, el 50% de las empresas manifiesta que el promedio de días de inventario fluctúa entre 0-30 días, lo anterior refleja una alta rotación que puede ser síntoma de un manejo riguroso del inventario o de un déficit en capital de trabajo. El 17% de las empresas presentan una rotación entre 30 y 60 días; un 8% entre 60 y 90 días, otro 8% entre 90 y 120 días; por último existe una lenta rotación de más de 120 días para el 17% de la muestra.

Ilustración 10. Promedio de días de permanencia del Inventario



Fuente: Elaboración propia

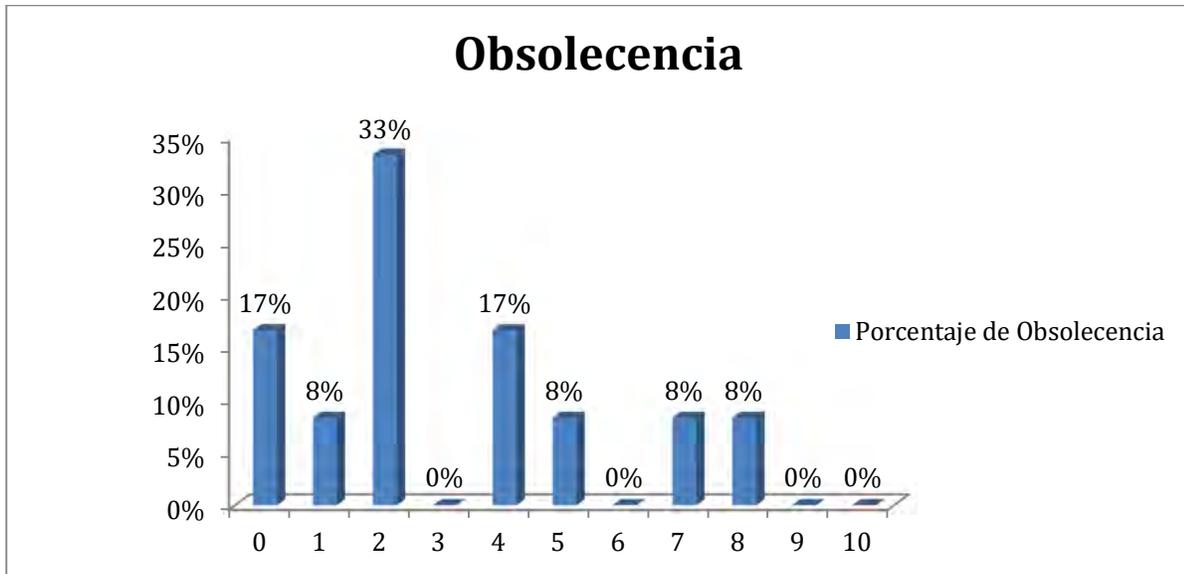
Obsolescencia

Se establece una escala de Liker para determinar el grado de obsolescencia, con la siguiente asignación:

Calificación	Interpretación	Calificación	Interpretación
1	Sin Obsolescencia	6	Obsolescencia Fuerte
2	Obsolescencia Leve	7	Obsolescencia Fuerte +
3	Obsolescencia Leve +	8	Obsolescencia Mayor
4	Obsolescencia Leve ++	9	Obsolescencia Mayor +
5	Obsolescencia Leve +++	10	Obsolescencia Crítica

El 33% de las empresas encuestadas calificaron grado 2 al nivel de insolencia de sus inventarios, que corresponde a un nivel leve, seguido del 17% de las empresas que consideran que su grado de obsolescencia es 0, lo que quiere decir que no hay mercancía detenida por este factor. Se puede concluir que solo el 16% de las empresas presentan un grado de obsolescencia mayor. La ilustración 11, permite visualizar los resultados de las 152 empresas encuestadas.

Ilustración 11. Nivel de Obsolescencia

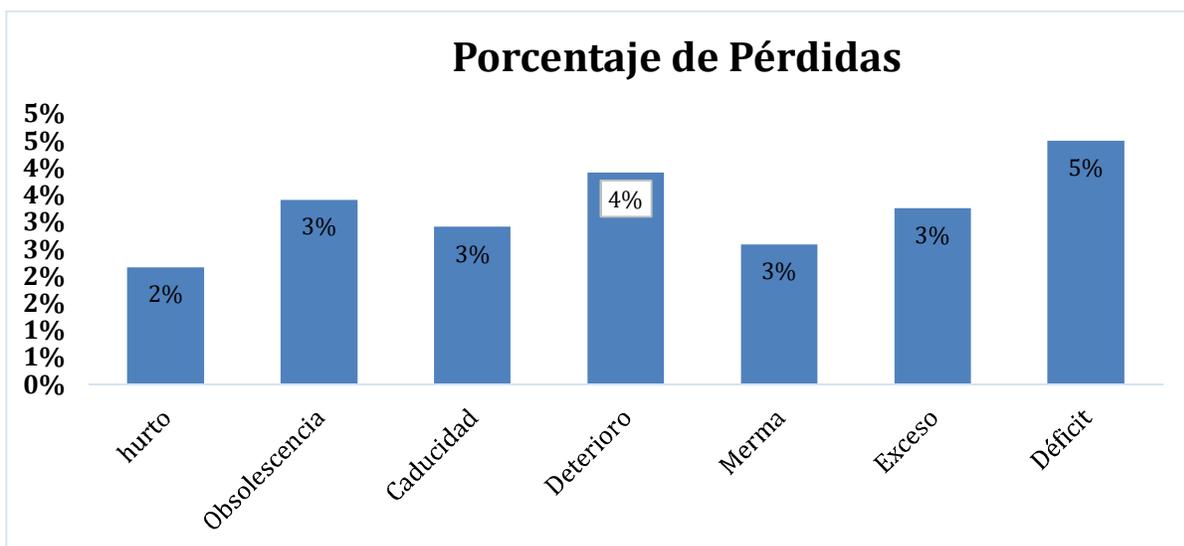


Fuente: Elaboración de los autores con datos de la encuesta.

Factores de Pérdidas

En cuanto a los factores que generan pérdidas en el inventario, se encuentra que del total de las empresas encuestadas el 5% consideran al déficit como el causante de sus pérdidas; seguido por el deterioro con un 4% como segunda causa de pérdidas; por su parte el hurto representa el 2% de factor de pérdidas; la caducidad un 3% y con 3% las mermas, el exceso y la obsolescencia. Los resultados se visualizan en la ilustración 12.

Ilustración 12. Factores de riesgo para las pérdidas



Fuente: Elaboración de los autores con datos de la encuesta.

Costos asociados con la gestión de inventarios.

La ilustración 13, clasifica los costos asociados a la gestión de inventarios, el 58% de los costos se asocian con el arrendamiento de inmuebles; el 14% es la provisión de inventarios; el 15% son los gastos de administración; el 12% energía y tan sólo el 1% son los seguros, lo que refleja una alta cultura de informalidad en la protección de los activos.

Ilustración 13. Costos por Gestión de Inventarios



Fuente: Elaboración de los autores con datos de la encuesta.

Por otro lado, en las empresas del sector comercial los inventarios presentan una inversión de más del 80 % de sus activos totales, por lo que tienen capacidad para satisfacer las necesidades de sus clientes, pero al mismo tiempo presentan un alto riesgo de pérdida ya que tienen la mayor parte de sus recursos invertidos en este rubro.

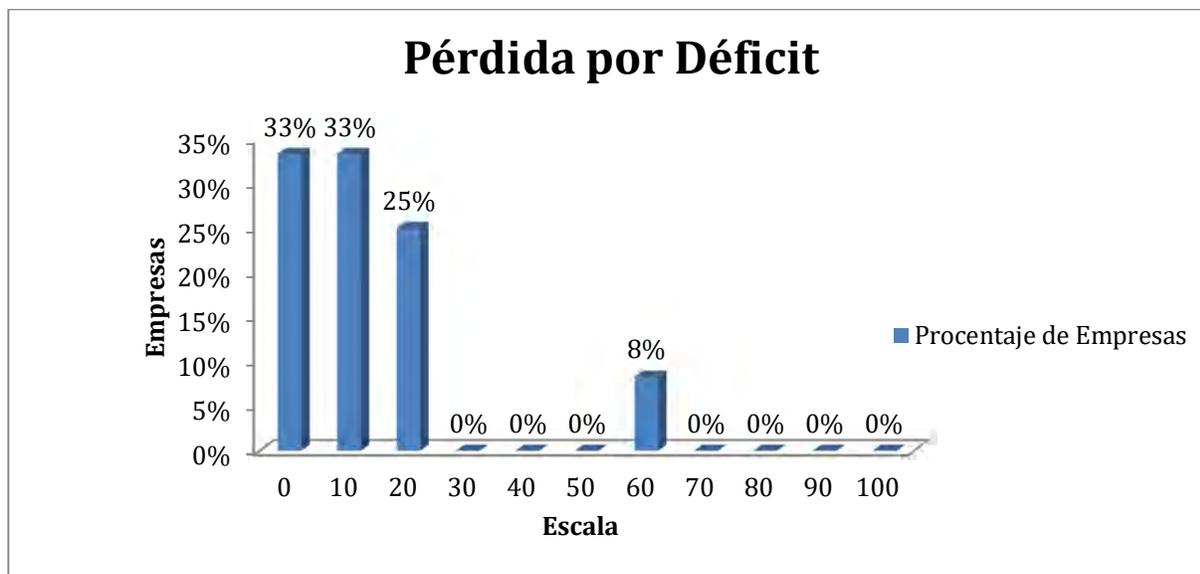
En cuanto al tiempo de respuesta que tienen las empresas, medido en los días que tardan los proveedores en promedio para la entrega de mercancías, contando desde el día del pedido hasta que llega la mercancía a su negocio, el 100% de los encuestados respondió que no tardan más de 15 días en responder a sus pedidos, lo que refleja la eficiencia de los proveedores en los tiempos de entrega.

Con base a una escala de 0 a 100, se evaluó el porcentaje de ventas perdidas a causa de un déficit en los inventarios.

Calificación	Interpretación	Calificación	Interpretación
10	Sin pérdidas	60	Pérdida Fuerte
20	Pérdida Leve	70	Pérdida Fuerte+
30	Pérdida Leve +	80	Pérdida Mayor
40	Pérdida ++	90	Pérdida Mayor +
50	Pérdida +++	100	Pérdida Crítica

La ilustración 14, muestra como el 33% de la población se ubica el nivel 0, lo que significa que no presentan problemas de abastecimiento y cuentan con la mercancía necesaria para satisfacer las necesidades de su cliente, otro 33% menciona que tiene un nivel de 10, que se interpreta como un riesgo leve por déficit y refleja una oportuna respuesta hacia los clientes para surtir las mercancías; tan solo un 8% de las empresas pueden llegar a tener problemas de surtido ubicándose en la escala en un nivel de 60.

Ilustración 14. Pérdida de venta por déficit



Fuente: Elaboración de los autores con datos de la encuesta.

Conclusiones

Los resultados desprendidos de los análisis empíricos anteriores, contienen un mensaje importante para los empresarios y administradores de empresa que implementan diferentes estrategias para alcanzar una ventaja competitiva. El rendimiento de los activos -ROA- de una empresa se puede determinar por el comportamiento de su eficiencia (rotaciones), la rentabilidad y el apalancamiento financiero. En este sentido, (Dehning & Stratopoulos, 2002), desarrollan una investigación donde concluyen que en los casos en que las medidas de eficacia y rentabilidad se mueven en la misma dirección o siguen la misma tendencia, el ROA responde de forma similar; Por su parte, en períodos donde las medidas de eficiencia y rentabilidad se mueven en direcciones opuestas, el comportamiento del ROA se determinará por la dirección y la magnitud de estos cambios.

Los resultados anteriores, coinciden con los hallazgos de Restrepo y Vanegas (2009), en un estudio realizado para las empresas del sector de prendas de vestir en Colombia.

La teoría financiera relaciona la rentabilidad de una empresa como una función del margen de utilidad en ventas, de la rotación de los activos y el apalancamiento financiero; en este estudio los días de inventario y los gastos de gestión del inventario presentan un considerable impacto negativo en el comportamiento del indicador de rentabilidad del patrimonio ROE, razón por cual los directivos de las empresas comercializadoras de Izúcar de Matamoros deben desarrollar políticas orientadas hacia una gestión eficiente del inventario, direccionando medidas como la reducción del capital inmovilizado en

inventarios, lo que aumentaría la rotación de los activos y por tanto generaría un impacto positivo en los márgenes de rentabilidad de las empresas.

En la empresa comercializadora de muebles y electrodomésticos cuando se presenta el nivel máximo de inventarios el impacto en términos absolutos sobre la utilidad es una pérdida de 9,012 pesos, un valor muy elevado considerando que con un nivel de confianza del 95% las utilidades de la empresa se mueven en el rango de valores [7.097; 22.015], por tanto mantener inventarios por encima de los días de equilibrio no es rentable porque los costos superarían las ganancias obtenidas.

Bibliografía

- Bernstein, Leopold A., y John J. Wild. « Analysis of Financial Statements.» McGraw Hill, 1998.
- Botika, Marianna. «The Use of DuPont Analysis in Abnormal Returns Evaluation: Empirical Satudy of Romanian/Market.» *Procedia- Social and Bejavioral Sciences* 62 (2012): 1179-1183.
- Chang, Kathryn J, Doina C. Chichernea, y Hassan R. HassabElnaby. «On the DuPont analysis in the health care industry.» *Journal of Accounting and Public Policy*, 2014: 83-103.
- Chistoper, M. (1998). *Logistics and Supply Chain Mangement (Second edition ed.)*. London: Pitman. *London: Pitman*.
- Cuevas Villegas, Carlos Fernando. «Medición del desempeño: retorno sobre inversión, ROI; ingreso residual, IR; valor económico agregado, EVA; análisis comparado.» *Estudios Gerenciales*, 2001: 13-22.
- Dehning, B., y T. Stratopoulos. «DuPont analysis of an IT-enabled competitive advantage.» *International Journal of Accounting Information Systems* 3, nº 3 (2002): 165 - 176 .
- Fairfield, Patricia M, y Teri Lombardi Yohn. «Using Asset Turnover and Profit Margin to Forecast Changes in Profitability.» *Review of Accounting Studies*, 2001: 371-385.
- Giménez, C. (2005). Case studies and Surveys in Supply Chain Management Research ó Two Complementary Methodologies. *Research Methologies in Supply Chain Management*, 2(316).
- Hubbard, Douglas W. *The Failure of Risk Management: Why It's Broken and How to Fix It*. 2009.
- Jiménez León, Rodolfo, y Eduardo Javier Martínez Cerón. *Aplicación del modelo Dupont a la informacion financiera generada por el simulador de negocios 2008*. Tesis profesional, Puebla, Mexico: Universidad de las Américas Puebla, 2008.
- Lambert, D., & Cooper, M. (2000). *Issues in Supply Chain Management*. *Industrial Marketing Management*, 29.
- León García, Oscar. *Administración Financiera*. 2008.
- Macías, S. (2003). La importancia de las Pymes para el mercado mexicano. *210*, 2-4.
- Meyers, Fred E. *Estudios de tiempos y movimientos*. Pearson Educación, 2000

Restrepo , Jorge A., y Juan Vanegas. «Análisis del perfil financiero de las pymes del valle del Aburra y su acceso al crédito: una aproximación empírica.» *Revista Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 2009: 43-54.

Restrepo, Jorge. *Evaluación Financiera de Proyectos*. Medellín: TdeA, 2007.

Revsine, Lawrence, Daniel W. Collins, y W. Bruce Johnson. «Financial Reporting and Analysis.» Prentice-Hall, Inc, 1999.

Soares , Eduardo Rosa, y Fernando Caio Galdi. «Relation between DuPont models and stock return in the Brazilian market.» *Revista Contabilidade & Finanças*, 2011: 279-298.

Sandberg, E. (2006). *Logistics Collaboration in Supply Chain: A Survey of Swedish Manufacturing Companies*. Tesis de Licenciatura, Linkopings Universitet, Departament of Management and Economics, Swedish

Stickney, Clyde , y Paul Brown . «Financial Reporting and Statement Analysis.» 1999.

Dehning, B., & Stratopoulos, T. (2002). DuPont analysis of an IT-enabled competitive advantage. *International Journal of Accounting Information Systems* , 3 (3), 165 - 176 .

<http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.202>

Anexo 1. Distribuciones de Probabilidad Cuentas del BG y el PyG.

	Function	AIC	Minimum	Maximum	Mean	Mode	Median	Std. Deviation	Graph
Total Activo	0,05354	-24,6777	-0,1287	0,1446	0,0535	0,1446	0,0646	0,0644	
Obligaciones Fras	0,061756172	-7,0479	-Infinity	+Infinity	0,0618	0,1292	0,0864	0,15	
Proveedores	0,023069	-10,5563	-Infinity	+Infinity	0,0231	0,0231	0,0231	0,1254	
Impuestos	0,038675	-5,4798	-0,2649	0,3422	0,0387	-0,2649	0,0387	0,1753	
Cuentas x pagar	0,10969	3,0302	-Infinity	+Infinity	0,1097	0,1097	0,1097	0,2325	
Total P.C.	0,062128775	-18,9939	-Infinity	+Infinity	0,0621	0,0982	0,0753	0,0801	
Pasivo No Corriente	0,16577	-1,089	-Infinity	+Infinity	0,1658	0,1658	0,1658	0,1877	
Total Pasivo	0,076912	-16,6959	-Infinity	+Infinity	0,0769	0,1196	0,0925	0,0949	
Capital Social	0,052694	-29,2748	-Infinity	+Infinity	0,0527	0,0527	0,0527	0,0521	
Reservas	0,082642	-14,3152	-Infinity	+Infinity	0,0826	0,0826	0,0826	0,1057	
Resultados Ejercicio	-0,01284478	21,5168	-Infinity	+Infinity	-0,0128	-0,2599	-0,103	0,5489	
Utilidades Acumuladas	0,078758	12,3228	-Infinity	+Infinity	0,0788	0,0788	0,0788	0,3547	
Revalorizaciones	0,076802406	-23,6185	-Infinity	+Infinity	0,0768	0,1062	0,0875	0,0653	

	Function	AIC	Minimum	Maximum	Mean	Mode	Median	Std. Deviation	Graph
Patrimonio	0,066965635	-27,3198	-Infinity	+Infinity	0,067	0,0917	0,076	0,055	
Pasivo + Patrimonio	0,05354	-24,6777	-0,1287	0,1446	0,0535	0,1446	0,0646	0,0644	
Ingresos Operacionales	0,034019198	-11,8717	-Infinity	+Infinity	0,034	0,0885	0,0539	0,121	
Costo de Ventas	0,022246	-9,3012	-Infinity	+Infinity	0,0222	0,0222	0,0222	0,1327	
Utilidad Bruta	0,054834008	-12,6561	-Infinity	+Infinity	0,0548	0,1069	0,0738	0,1156	
Gastos Admon	0,037413	-17,6676	-Infinity	+Infinity	0,0374	0,0374	0,0374	0,0908	
Gastos Ventas	0,091769859	-18,7362	-Infinity	+Infinity	0,0918	0,1281	0,105	0,0807	
Utilidad Operacional	0,001421955	11,8287	-Infinity	+Infinity	0,00142	-0,1595	-0,0573	0,3576	
Ingresos No Operacionales	-0,01346	10,4386	-0,6393	0,6124	-0,0135	-0,6393	-0,0135	0,3613	
Gastos No Operacionales	0,042995	8,3707	-0,5267	0,6127	0,043	-0,5267	0,043	0,3289	
Utilidad Neta Antes Imptos	-0,03893739	18,9489	-Infinity	+Infinity	-0,0389	-0,2558	-0,1181	0,4818	
Impuestos	0,004693663	7,7958	-Infinity	+Infinity	0,00469	0,1378	0,0533	0,2959	
Ganancias y Perdidas	0,11262	22,157	-0,9535	1,1787	0,1126	-0,9535	0,1126	0,6155	

	Function	AIC	Minimum	Maximum	Mean	Mode	Median	Std. Deviation	Graph
Disponible	0,17612	5,5934	-0,1612	+Infinity	0,1761	-0,1612	0,0726	0,3373	
Cuentas x Cobrar	0,051665	-16,238	-0,1345	0,2378	0,0517	-0,1345	0,0517	0,1075	
Materias Primas	0,002125	-13,9776	-0,2042	0,2084	0,00212	-0,2042	0,00212	0,1191	
Producto en Proceso	-0,00321325	-3,8281	-Infinity	+Infinity	-0,00321	0,0733	0,0247	0,17	
Producto Terminado	0,100052958	-6,7361	-Infinity	+Infinity	0,1001	0,1663	0,1242	0,1472	
Materiales y Repuestos	0,010053	28,4992	-Infinity	+Infinity	0,0101	0,0101	0,0101	0,74	
Otros Activos Corrientes	0,145405	0,4215	-0,2515	0,5423	0,1454	-0,2515	0,1454	0,2292	
Total Activos	0,061853333	-20,1321	-0,1456	0,1656	0,0619	0,1656	0,0744	0,0733	
Propiedades Planta y Equipo	0,1241135	-23,0309	-0,0126	0,2608	0,1241	-0,0126	0,1241	0,0789	
Otros Activos Fijos	0,06358304	-17,2338	-Infinity	+Infinity	0,0636	0,1046	0,0786	0,0912	
Activo No Corriente	0,084079176	-24,7215	-Infinity	+Infinity	0,0841	0,1134	0,0948	0,0651	



DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN PARA UNA ASOCIACIÓN CIVIL DE MUJERES DEL SUR DEL ESTADO DE SONORA.

Mtra. Cecilia Aurora Murillo Félix
Instituto Tecnológico de Sonora
Rayón 808 pte. Navojoa, Sonora
Cecilia.murillo@itson.edu.mx
Mexicana

Mtro. Alberto Galvan Corral
Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Mayo 101 Navojoa, Sonora
Alberto.galvan@itson.edu.mx
Mexicano

Dr. Carlos Jesús Hinojosa Rodríguez
Rincón 519 Norte Navojoa, Sonora
Carlos.hinojosa@itson.edu.mx
Mexicano

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

Resumen

Las Asociaciones civiles de mujeres en México han tomado auge a través de los años ya que desempeñan una función vital al promover en la toma de decisiones la incorporación de las opiniones de las personas involucradas, la presente investigación muestra un diagnóstico de necesidades de capacitación para una Asociación Civil de Mujeres del Sur del Estado de Sonora, ya que este tipo de organizaciones ha ido aumentando en el país y cada vez su participación es más impactante a nivel nacional e internacional, se aplicó un instrumento híbrido tomado de INEGI a 12 grupos de agremiadas, dando como resultado datos interesantes acerca del manejo de sus finanzas, de la escolaridad de las participantes, de sus movimientos financieros y sobre todo áreas de oportunidad para ser capacitadas.

Palabras clave: Asociación civil, capacitación, diagnóstico, finanzas.

Introducción

Bermejo (2008), muestra un panorama de las organizaciones de mujeres rurales en América Latina y comenta que la participación plena de las mujeres en las organizaciones campesinas de América Latina es limitada. En particular donde existen normas que tienden a reflejar enfoques masculinos que las excluyen a ser aceptadas como miembros o cooperativas, o por no poseer títulos sobre la tierra. Son también obstáculos para la organización de las mujeres la estructura centralizada, la falta de capacitación y de recursos.

En Bolivia, la Federación Nacional de Mujeres Campesinas aumentó en la última década la participación femenina rural en sindicatos y movimientos populares de los ñsem terraö. Las campesinas indígenas de Colombia se agrupan en la Asociación Nacional de Mujeres Campesinas Indígenas (ANMUCIC). En Cuba se han realizado acciones encaminadas a la integración de las mujeres en cooperativas habiendo aumentado su participación al establecerse servicios sociales a nivel de aldea. En Ecuador existe la Unión Popular de Mujeres de Loja.

Por otra parte la movilización campesina en Honduras en los años 70 consolidó dos organizaciones de mujeres rurales, especialmente en el sector reformado: la Federación de Mujeres del Campo (FEMUC) y la Secretaría de la Mujer de la Asociación Nacional de Campesinos de Honduras (ANACH). Ambas cuentan con una membresía de organizaciones de base en todo el país. En el proyecto sobre ñFortalecimiento de la capacitación campesina en aspectos de agro forestación y medio ambienteö se destaca el grupo femenino ñEl esfuerzoö, incorporándose por primera vez la mujer a un proyecto individual.

La historia de las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) en México es relativamente reciente, si se considera que la mayoría de estas organizaciones fueron creadas a partir de la

década de los ochentas. Ello demuestra que la intervención de la sociedad civil como actor social en el quehacer público nacional ha sido al mismo tiempo causa y efecto de los cambios democráticos que ha vivido el país. (Las Organizaciones de la Sociedad Civil, 2001)

En este sentido en México la sociedad civil se ha venido organizando y es ahora protagonista en los temas centrales del país: derechos humanos, preservación del medio ambiente, educación, asistencia social a los más desfavorecidos. (Bermejo, 2008)

La oficina de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) Mujeres en México dio a conocer la conformación del Grupo Asesor de la Sociedad Civil para el período 2014-2015, que tiene como propósito facilitar sus consultas efectivas, continuas y estructuradas para avanzar en el logro de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Según un estudio realizado recientemente en México que tenía por objetivo analizar la capacidad que tienen las OSC de implementar acciones para mejorar la calidad de vida de los adultos pobres en zonas urbanas, destacan los siguientes resultados: resalta una mayor participación y autogestión de la gente y el número de acciones realizadas para mejorar la calidad de vida de las personas y en este sentido los obstáculos identificados son una demanda poblacional que supera la capacidad de respuesta de las OSC y un financiamiento insuficiente, además de que la atención prestada a las OSC, es escasa, por tanto es necesario promover una cultura de prevención e interés a las OSC. (González Vázquez, Marquez Serrano, Treviño Siller, Gómez Juaregui, & Pelcastre Villafuerte, 2010)

En el mismo orden de ideas otro artículo encontrado menciona que en las últimas cuatro décadas las Organizaciones de la Sociedad Civil en México han contribuido a la transformación de la vida democrática del país desde distintos frentes, generando, por medio de demandas o

propuestas de los sectores sociales, laboratorios ciudadanos de políticas públicas para desatar iniciativas con el fin de cambiar las políticas gubernamentales, tanto en el ámbito local, nacional e internacional. (Villaseñor Gomez, 2013)

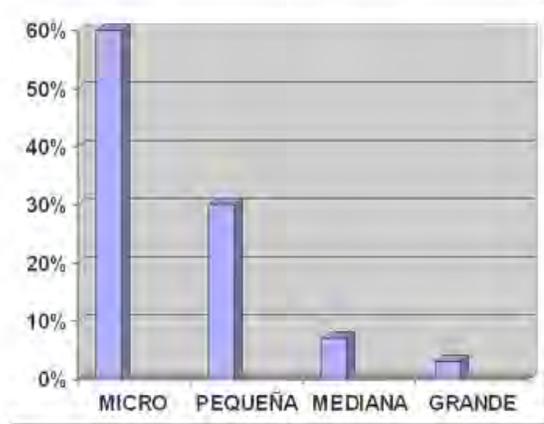
Sonora cuenta con un total de 48 asociaciones que trabajan brindando apoyo a las mujeres en temas de: salud, violencia, equidad de género, educación, micro finanzas, derechos humanos, entre otros. (Acosta, 2012)

Las mujeres en general se han visto en la necesidad de agremiarse o asociarse debido a los problemas a los que se han enfrentado a lo largo de la historia, históricamente han tenido la necesidad de participar en su comunidad y no solamente como miembros de una familia sino también como actores sociales, cada vez hay más mujeres participando en la vida política, económica y social de México.

Estas asociaciones de mujeres se han encontrado con problemas diversos por la arraigada cultura machista que existe en México, un problema que data desde hace muchísimos años.

La grafica 1 muestra el porcentaje de mujeres emprendedoras y su tipo de negocio en México:

Tipo de Empresa	No. Empleados	Porcentaje
Micro Empresa Familiar	3 - 10	60%
Pequeña Empresa	11 - 20	30%
Mediana Empresa	21 - 30	7%
Gran Empresa	30 en adelante	3%



Fuente: Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias, A.C.

Se puede observar que el papel de la Mujer en la actividad económica refiriéndose únicamente a negocios propios muestra que del 100% del tipo de empresas que existen, el 60% son microempresarias, el 30% son pequeñas empresas, esto muestra que el 90% son micro y pequeñas empresarias lo cual es un buen campo de trabajo para la presente investigación.

En este sentido, las mujeres de una Asociación Civil del Sur de Sonora, son del grupo de Microempresas, por lo tanto surge la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las necesidades capacitación en finanzas básicas en las empresas de mujeres agremiadas de una Asociación Civil de Mujeres del Sur del Estado de Sonora?

Esta investigación se realizara para beneficio de una asociación de mujeres las cuáles serán las beneficiadas con el producto que se obtenga de la investigación.

Se analizara las áreas de oportunidad que la asociación presente en materia de finanzas y también se buscaran las estrategias adecuadas para la misma, así como la capacitación adecuada para el manejo de finanzas y que en un futuro puedan mejorar sus negocios.

El objetivo de la presente investigación es realizar un diagnóstico de necesidades de capacitación en finanzas de una Asociación de Mujeres en el Sur del Estado de Sonora a través de un instrumento que recolecte información para detectar las áreas de oportunidad de dicha asociación.

Marco Teórico

Cornejo (2001), define necesidad como la carencia de algo; por lo que si se refiere a una necesidad de capacitación, se está hablando de una carencia o deficiencia que puede satisfacerse o cubrirse mediante la capacitación, la cual debe estar relacionada con las necesidades de los trabajadores.

En este sentido también define capacitación como el conjunto de procedimientos formales que una empresa utiliza para facilitar el aprendizaje de sus empleados de forma que su conducta resultante contribuya a la consecución de los objetivos y fines de la empresa, Cornejo (2001).

Una vez que se tienen claros conceptos básicos como necesidad y capacitación se puede definir lo que es un diagnóstico de necesidades de capacitación como un proceso que permite identificar las carencias y deficiencias cuantificables o mensurables existentes en los conocimientos, habilidades y actitudes del trabajador en relación con los objetivos de su puesto, o de otro diferente al suyo.

Por otra parte según el (Diccionario de Administración y Finanzas , 1999) existen algunas técnicas e instrumentos para diagnosticar necesidades de capacitación, para la presente investigación se han seleccionado las más adecuadas las cuales son:

* Evaluación del trabajo.- La evaluación del trabajo consiste en definir un nivel de rendimiento en el trabajo aceptable, valorar el rendimiento del trabajador y efectuar la comparación para tomar decisiones sobre formación, remuneración, promoción, cambio de puesto de trabajo y despido.

* Análisis de problemas.- El análisis de problemas es un conjunto de técnicas para: - Analizar la situación desde el punto de vista de los involucrados; - Identificar los problemas principales en este contexto; - Visualizar las relaciones de causa - efecto en el árbol de problemas; - Mostrar las interrelaciones entre los problemas; y - Mostrar el camino para solucionar los problemas.

* Análisis de la organización.- La organización constituye un sistema socio ó técnico integrado, deliberadamente constituido para la realización de un proyecto concreto, tendiente a la satisfacción de necesidades de sus miembros y de una población o audiencia externa, que le otorga sentido. Está inserta en un contexto socio ó económico y político con el cual guarda relaciones de intercambio y de mutua determinación.

Las seis dimensiones relevantes que se pueden extraer de esta definición son:

1. El proyecto en el que se sustenta la organización.
2. La estructura organizativa.
3. La integración psicosocial.
4. Las condiciones de trabajo.
5. El sistema político.
6. El contexto.

* Estudio de casos.- El estudio de casos es un método de investigación de gran relevancia para el desarrollo de las ciencias humanas y sociales que implica un proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de casos de entidades sociales o entidades educativas únicas.

* Encuesta.- Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento).

* Cuestionario.- El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa.

* Entrevista.- La entrevista es un acto de saber algo de alguien que se establece entre dos o más personas (el entrevistador y el entrevistado y el entrevistador) con el fin de obtener una

información o una opinión, o bien para conocer la personalidad de alguien. En este tipo de comunicación oral debemos tener una lista de preguntas, aunque el entrevistado responde al entrevistador, el destinatario es el público que está pendiente de la entrevista. Según el motivo que tenga: * Entrevista periodística * Entrevista de televisión * Entrevista clínica * Entrevista de trabajo.

Por otra parte Cornejo (2001), describe al manual como el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, de dos o más de ellas.

Un manual tiene que tener uno o varios objetivos, de acuerdo con el autor (Cornejo, 2001), los objetivos de un manual pueden ser:

1. Contribuir a que las personas se ayuden a tener una mejor administración.
2. Dotar de referentes teóricos y prácticos que permitan precisar a qué estamos aludiendo cuando se habla y se presenta casos prácticos de finanzas.
3. Introducir a los usuarios del Manual en los mecanismos existentes de administración que existen.

Cornejo (2001), menciona porque es importante realizar un manual de capacitación en cualquier aspecto:

Es muy importante ya que la capacitación ha cobrado mayor importancia para el éxito de las organizaciones. Ésta desempeña una función central en la alimentación y el refuerzo de estas capacidades, por lo cual se ha convertido en parte de la columna vertebral de la instrumentación

de estrategias. La razón fundamental de capacitar a los nuevos empleados es darles los conocimientos, aptitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño satisfactorio.

Y también menciona los objetivos de la capacitación:

Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.

Desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados.

Lograr que se perfeccionen los ejecutivos y empleados en el desempeño de sus puestos tanto actuales como futuros.

Mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.

Lograr cambios en su comportamiento con el propósito de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa.

Un factor de gran importancia es que la empresa no debe de considerar al proceso de capacitación, como un hecho que se da una sola vez para cumplir con un requisito. La mejor forma de capacitación es la que se obtiene de un proceso continuo, siempre buscando conocimientos y habilidades para estar al día con los cambios repentinos que suceden en el mundo de constante competencia en los negocios.

Método

Se diseñara un instrumento el cual permitirá diagnosticar necesidades de capacitación en el área de finanzas a la asociación civil. Hernandez, Fernández & Baptista (2003), describen al enfoque cuantitativo como un método que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

La investigación se basa en un diagnóstico de necesidades de capacitación, primeramente realizado a base de una encuesta la cual arroja datos de tipo cuantitativo, se utilizará estadística para obtener puntos críticos sobre los cuales realizar el manual de finanzas básicas, por lo tanto se puede afirmar que la presente investigación es un estudio descriptivo con metodología de corte cuantitativo.

En el presente estudio participaron 12 grupos de mujeres de la asociación las cuales son mujeres entre 18 y 50 años de edad con diferentes niveles educativos que a su vez son directoras y tesoreras de cada grupo de la organización; se utilizó un muestreo no probabilístico ya que el objetivo es capacitar a grupos de la asociación civil, por lo tanto se tiene definida la muestra que participará en el diagnóstico de necesidades de capacitación.

Se trabajará con un diagnostico híbrido tomado de INEGI, con adecuaciones propias, las cuales permitirán detectar necesidades de capacitación de una manera más acertada.

Este diagnóstico esta en formato de encuesta el cual cuenta con 25 reactivos los cuales permiten conocer desde edad de la persona encuestada, escolaridad, hasta aspectos financieros con los cuales se podrá observar necesidades de los grupos de la organización civil.

El tiempo de aplicación es de aproximadamente 10 minutos por encuesta.

El procedimiento consta de 6 pasos básicos descritos a continuación:

Diseño de instrumento para detección de necesidades de capacitación.

Presentación breve a participantes de la investigación para que de forma clara puedan contestar el instrumento diseñado.

Aplicación del instrumento previamente diseñado, con tiempo aproximado de aplicación de 10 minutos aproximadamente por encuesta.

Análisis de datos obtenidos mediante el instrumento de diagnóstico.

Selección de temas a desarrollar en el manual de finanzas.

Diseño de manual de finanzas básicas tomando como referencia otros manuales, consolidando un manual aplicable a las necesidades de la asociación.

Para el análisis de datos la investigación muestra un estudio descriptivo con metodología de corte cuantitativo, ya que se ha obtenido información mediante una encuesta sobre la cual se han obtenido datos numéricos, con los cuales se realizara el análisis a través del método distribución de frecuencias.

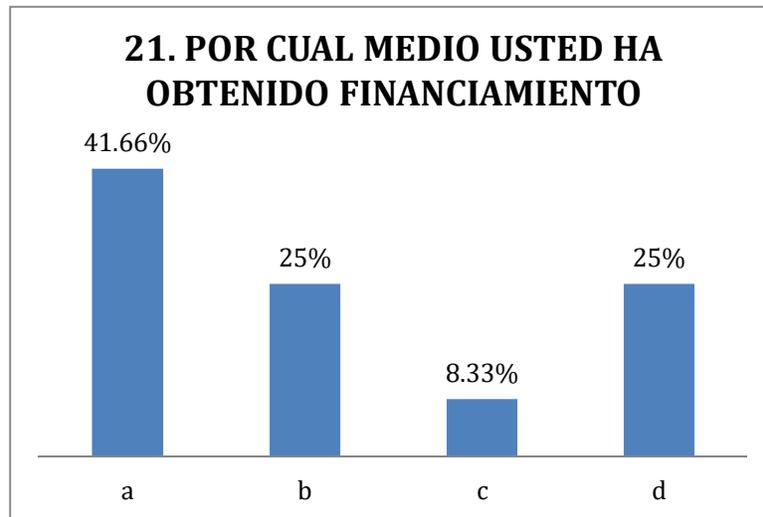
Una distribución de frecuencias como lo describen Hernandez, Fernández & Baptista (2003), es un conjunto de puntuaciones ordenadas en sus respectivas categorías.

Así mismo la distribución de frecuencias contiene frecuencias absolutas y frecuencias relativas, mediante los resultados obtenidos en el instrumento aplicado se representaran mediante histogramas de frecuencia absoluta.

Resultados

Para efectos de la presente investigación se muestran los resultados relevantes del diagnóstico realizado.

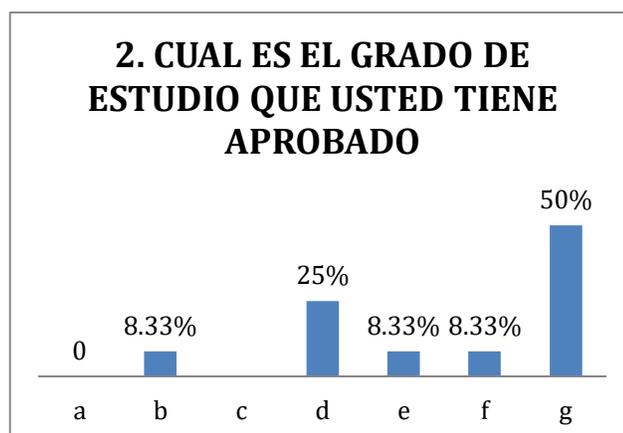
Grafica 1. Financiamiento



Fuente: Elaboración con datos propios

La grafica 1 muestra que el 41.66% ha recibido financiamiento por parte del gobierno y las otras 2 opciones con menor porcentaje pero en igual porcentaje ambas fueron financiadas por sus familiares o en dado caso empezaron con su patrimonio propio.

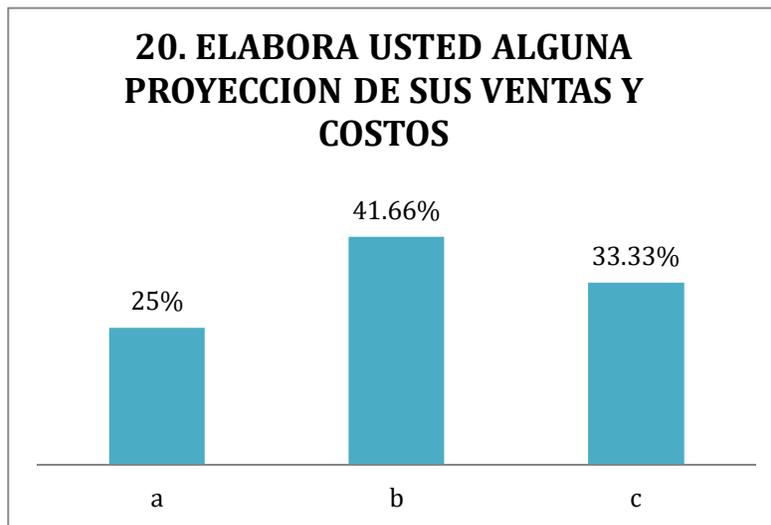
Grafica 2. Escolaridad



Fuente: Elaboración con datos propios

La grafica 2 muestra que el 50% de las mujeres encuestadas cuentan con un nivel de escolaridad hasta secundaria. Lo cual hace más difícil encontrar un empleo bien remunerado.

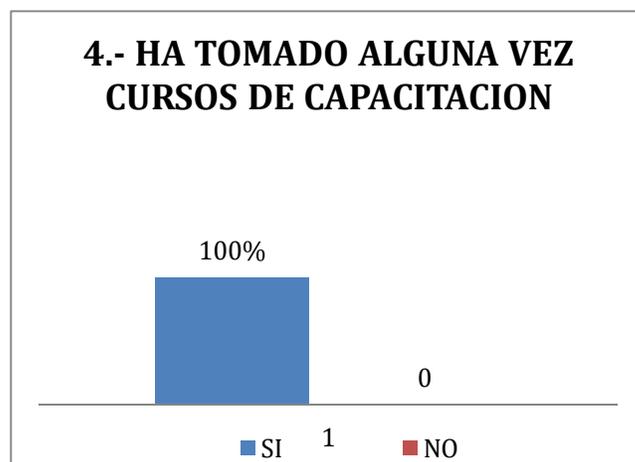
Grafica 3. Proyección de Costos y Ventas



Fuente: Elaboración con datos propios

El 41.66% algunas veces elabora proyecciones de sus ventas y el 33.33% nunca lo hace. Esto es un dato alarmante ya que de aquí depende la planeación de la empresa, lo que quiere lograr de un tiempo determinado a otro y lo que puede adquirir también en este mismo.

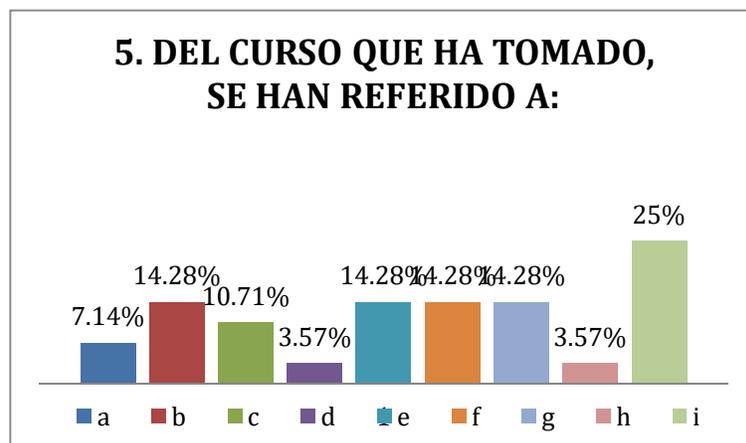
Grafica 4. Cursos de Capacitación



Fuente: Elaboración con datos propios

El 100% de las mujeres encuestadas ya han tomado cursos de capacitación en algún momento, esto es un dato sumamente relevante ya que refleja que constantemente se están actualizando y aprendiendo cosas diferentes que les están ayudando a mejorar tanto profesional como en su desarrollo personal.

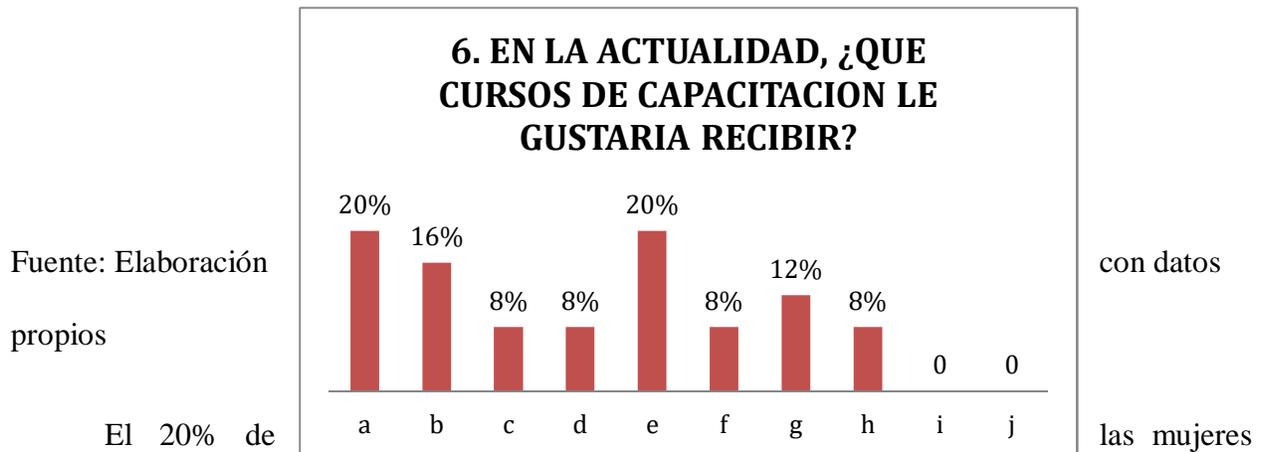
Grafica 5. Curso



Fuente: Elaboración con datos propios

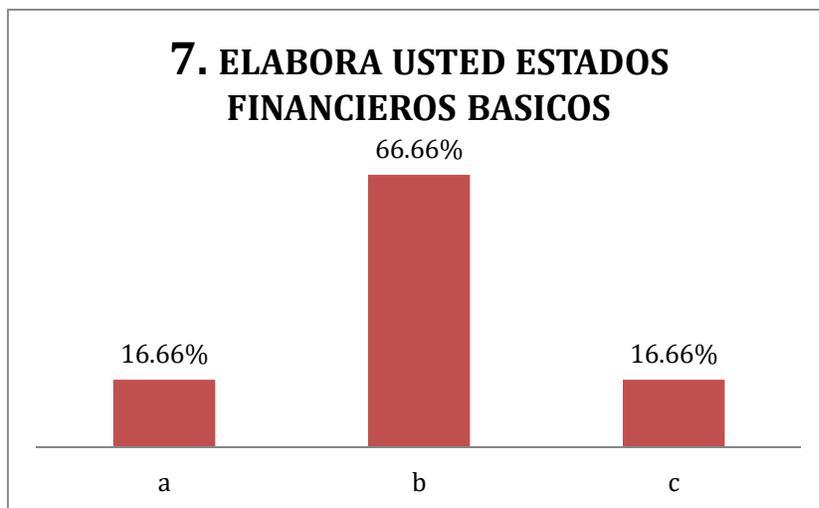
La gráfica muestra que el curso que más han tomado es el de liderazgo que es un 25%, pero también se muestra en iguales proporciones otros, lo que denota diversidad de capacitación, entre ellos contabilidad, procesos de producción, estructura organizacional entre otros.

Grafica 6. Cursos que le gustaría recibir



encuestadas prefieren un curso de administración del negocio y liderazgo, son elementos básicos para un buen desarrollo del negocio, como también un 16% que fue administración del efectivo, principal importancia en cualquier negocio, porque es el medio para obtener mercancías y servicios.

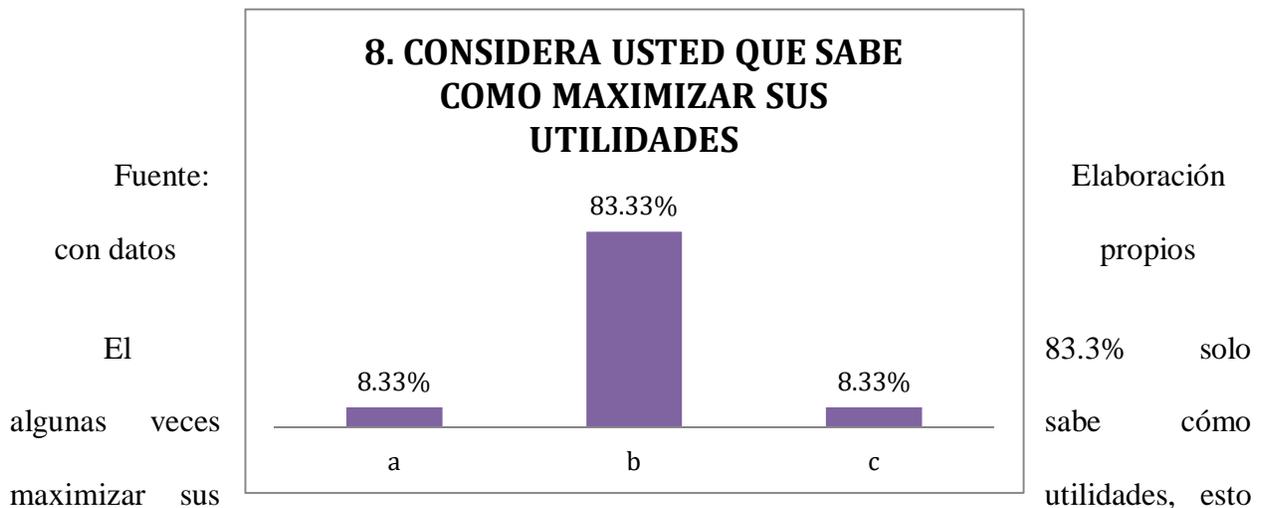
Grafica 7. Estados Financieros



Fuente: Elaboración con datos propios

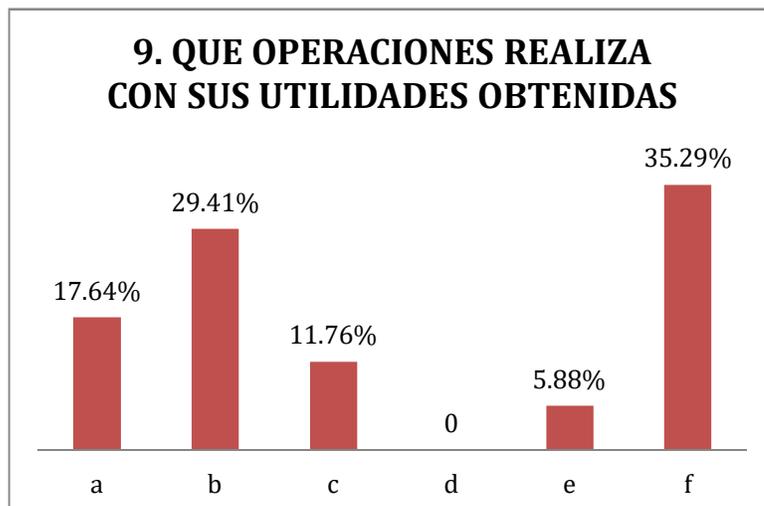
El 66.66% de las encuestadas reflejaron que algunas veces elaboran estados financieros, esto es un dato interesante ya que el contar con estos es básico para el buen desempeño y administración del negocio del cual se encuentran dirigiendo o emprendiendo.

Grafica 8. Maximización de utilidades



es lo más importante el reinvertir el capital ganado y sobretodo el saber administrarlo ya que para invertirlo se debe tomar en cuenta que es lo que más le conviene a su negocio o a su persona.

Grafica 9. Utilidades



Fuente: Elaboración con datos propios

El 35.29% afirmo que con las utilidades que obtienen de sus operaciones realizan gastos personales con ellas, el 29.41% lo ahorra. Aquí es importante analizar si solo lo ahorran sin recibir un beneficio económico o buscar estrategias para poder maximizar ese ahorro que perciben cada determinado tiempo.

Conclusiones

Entre los resultados relevantes se puede concluir que el 50% de las mujeres encuestadas tiene como grado máximo de estudios secundarios, el otro 50% tiene desde preparatoria hasta profesional, esto suele ser un obstáculo al momento de tener un negocio en marcha ya que la ignorancia o falta de información pueden hacer que un negocio vaya a la quiebra.

Sin embargo también se puede decir que las mujeres están buscando constante capacitación ya que el 100% ha tomado al menos un curso de capacitación de diferentes áreas tales como: administración del negocio, contabilidad, liderazgo entre otros.

Entonces las áreas de oportunidad detectadas del presente diagnóstico es una capacitación acerca de la diversidad de fuentes de financiamiento que existen, sobre las acciones que se realizan con las utilidades obtenidas de su negocio, sobre la utilización de créditos bancarios como fuente de financiamiento y sobre la elaboración de proyecciones de ventas y costos, ya que estos temas son sumamente importantes para el buen manejo de un negocio y para lograr finanzas sanas dentro del mismo.

Entre las mujeres empresarias existe una gran diversidad de creencias políticas, de ideas, de capacidades, de liderazgo de posibilidades económicas y de necesidades de desarrollo, que les permiten compartir experiencias y unirse con un objetivo común: el fortalecimiento de la actividad económica de sus empresas, al tiempo que se fomente el desarrollo como mujeres en un marco legal de oportunidades que les permita conquistar espacios dentro de sus ámbitos sociales, políticos y económicos.

Bibliografía

Acosta Félix, E. P. (9 de Agosto de 2012). *Fundación Tichi Muñoz*. Retrieved 30 de Marzo de 2015 from http://www.ftm.org.mx/descargas/INVESTIGACION_OSCS_EN_APOYO_A_LA_MUJER_EN_SONORA.pdf

Bermejo , J. E. (2008). *Las organizaciones de la sociedad civil en México*. Retrieved 15 de Abril de 2015 from Fundación Preciado : <http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc151/civil.pdf>

Cornejo, A. (2001). *Como diagnosticar necesidades de capacitación* . PAC.

Dehning, B., & Stratopoulos, T. (2002). DuPont analysis of an IT-enabled competitive advantage. *International Journal of Accounting Information Systems* , 3 (3), 165 - 176 .

Diccionario de Administración y Finanzas . (1999). Oceano .

González Vázquez, T. T., Marquez Serrano, M., Treviño Siller , S., Gómez Juaregui , J., & Pelcastre Villafuerte , B. E. (2010). La capacidad de las Organizaciones de la Sociedad Civil para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores: un estudio cualitativo en zonas urbanas empobrecidas de México. *Salud Colectiva* .

Hernández, R., Fernández , C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación* . México : Mc Graw Hill.

Las Organizaciones de la Sociedad Civil. (2001). Retrieved 14 de Abril de 2015 from [www.fusda.org: http://www.fusda.org/Revista16/Revista16-LASORGANIZACIONESDELASOCIEDADCIVIL.pdf](http://www.fusda.org/Revista16/Revista16-LASORGANIZACIONESDELASOCIEDADCIVIL.pdf)

Villaseñor Gomez, H. A. (2013). LAS OSC EN LA TRANSFORMACIÓN DEMOCRÁTICA. *México Social* .



LA IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO DE LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE CIUDAD OBREGÓN, SON.

Mtra. Beatriz Alicia Leyva Osuna
Instituto Tecnológico de Sonora
Calle Lerdo de Tejada No. 166 Ote. Col. Cortinas. Ciudad Obregón Son. CP. 85160
Beatriz.leyva@itson.edu.mx
Mexicana

Dr. Mario César Dávila Aguirre
Universidad Autónoma de Nuevo León
Av Universidad S/N, Ciudad Universitaria, 66451 San Nicolás de Los Garza, NL
mario.davilagr@uanl.edu.mx

Fecha de envío: 23/Abril/2015

Fecha de aceptación: 20/Mayo/2015

Resumen

Hoy en día las empresas tratan de sobrevivir y permanecer dentro de un ambiente muy competitivo, por lo que están obligadas a buscar herramientas, sistemas, modelos, procesos; que les permitan a los empresarios tomar mejores decisiones y elevar sus indicadores de Desempeño. En este proyecto se pretende dar respuesta a la pregunta de investigación ¿Cuál es el impacto de la Gestión Estratégica en el desempeño de las PYMES del Sector Comercio de Cd. Obregón, Son?, y en el cual se pretende comprobar la relación en la siguiente hipótesis: La implementación de la Gestión Estratégica en las Pymes del sector Comercio de Ciudad Obregón, impacta positivamente en el desempeño. El objetivo alcanzar es: Analizar el impacto de la Gestión Estratégica en el Desempeño de las Pymes del Sector Comercio de Cd. Obregón, Son. Cabe señalar que este trabajo es una propuesta de proyecto de investigación.

Palabras Claves: Estrategia, Gestión, Desempeño

Introducción

Cada líder desea iniciar su empresa, con la finalidad de hacerla crecer, que ésta haga frente a los retos del ambiente externo y fortalezca su ambiente interno, ayudar a que sobreviva los primeros años, para después lograr su desarrollo tan firme que pueda así permanecer por mucho tiempo en el mercado.

Thompson & Gamble (2012) explican que para mantener un buen desempeño en las empresas se deben considerar varios factores, los cuales pueden ser internos y externos y que la afectan, pero para explicar el éxito sostenido que busca toda empresa, los autores consideran que una estrategia la cual sea ideada, ejecutada con habilidad, que facilite el aprovechamiento de las oportunidades, que genere un buen desempeño duradero, que se adapte a las cambiantes condiciones comerciales y que resista los retos competitivos que les planteen las empresas rivales, se aproximan con dicha estrategia a obtener y sostener el éxito en sus empresas, sin importar su tamaño y giro.

En las Empresas Latinas DelaCerde (2009), comenta que la adaptación estratégica se considera una capacidad para la permanencia de las empresas en un mundo cambiante y competitivo. Así también el mismo autor declara, que si el empresario elige una mala estrategia de enfrentamiento pierden rápidamente las posibilidades de sobrevivir. Hill & Jones (2009) Sostienen que las estrategias que tratan de aplicar los administradores de una compañía tienen una influencia importante en su desempeño con respecto a sus competidores. Es por ello, que la estrategia es uno de tantos factores que pueden asegurar la permanencia de las empresas, por lo que se considera importante este tema para su análisis.

Según Porter (2011) las empresas no se deben conformar solamente con ser eficientes operacionalmente, si no que debe considerar de manera necesaria el diseño de una estrategia, las empresas creen que con mejorar sus procesos, calidad total, reingeniería, justo a tiempo, etc., tendrán una posición con sus competidores y no es así, al menos de manera aislada no tendrán los resultados esperados que impacten en el desempeño de las mismas, las actividades operativas deberán estar dentro de una estrategia eficiente.

El término de comportamiento estratégico para Fernández (2004), está muy relacionado con los cambios tan repentinos que suelen afectar las funciones de las empresas, lo cual se refleja en su desempeño. Así también agrega que el conocimiento que tenga el empresario sobre esos cambios le permite dar respuestas a situaciones que las empresas enfrentan día a día y que ponen en riesgo su futuro.

Si bien, se ha reiterado que para el éxito de una empresa, uno de los factores que lo aseguran es la estrategia, es de suma importancia que para que la estrategia sea de éxito se debe desarrollar bajo el concepto de Gestión Estratégica, la cual asegura el futuro de las organizaciones y se apoya en el proceso estratégico, dicho proceso consiste en la formulación, implementación y evaluación de la estrategia. Así mismo confirman Misanková & Kocisová (2012) que la implementación estratégica como elemento de la gestión estratégica, se ha convertido en parte importante de las empresas en la dinámica de hoy y del entorno competitivo.

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) Latino Americanas, presentan deficiencias en los siguientes aspectos: sistema de gestión, sus procesos, el lado humano, su sistema de información y diagnóstico, según describen Andriani, Biasca & Rodriguez (2003). Si se considera que estos problemas

inciden tanto en empresas Mexicanas, Colombianas, Argentinas, Peruanas, Chilenas, como Brasileñas, etc.

Saavedra (2012) identificó las características de las Pymes Latinas descritas a continuación: en la distribución sectorial, predomina el sector comercio y servicios, el perfil del empresario es de una edad promedio de 40 años, sexo masculino, nivel de estudios licenciatura, constituidas como personas físicas, son en su mayoría de tipo familiar, así también, la autora hace mención de estudios que señalan que los investigadores solo han optado por estudiar a la Pyme en temas como: Financiamiento, Producción, Capital Humano, Tecnología, Factores de éxito, etc., pero dichas investigaciones se consideran que se han realizado en forma aislada, sin involucrar otros factores de la empresa que permitan establecer relaciones de causa -efectos y así con los resultados obtenidos se puedan diseñar sistemas de ayuda, que apoyen directamente a la competitividad.

Un estudio muy interesante realizado por Aguilera & Virgen (2013) en 106 pymes en Santiago de Cali, se concluyó que las empresas tienen identificada sus características internas, pero son deficientes en identificar las características externas, estas empresas seleccionan e implementan estrategias altamente diversificadas, pero desafortunadamente no son las ideales para sus negocios, principalmente por la falta de información en su entorno.

Los administradores de las pymes colombianas, le dan más importancia a temas como el financiamiento, mercado, operaciones, contabilidad, etc., lo cual deja ver el interés por las áreas funcionales y operativas; descuidando así la parte estratégica, ya que la consideran compleja y que no es garantía de éxito; las pymes que llegaron a implementar el planteamiento estratégico, fracasaron por la

falta de cooperación e interés de los trabajadores y líderes involucrados con la ejecución y logro de la estrategia, así lo explica Rubio (2012). Pero no en todas las pymes, los empresarios tienen desconfianza de la gestión estratégica, ya que con la implementación de un modelo estratégico, los empresarios del sector agropecuario de Cuba, obtuvieron apoyo en su proceso de toma de decisiones, en este estudio explican Campos, Suarez & Ojeda (2013), que la gestión estratégica con un sistema de gestión de procesos en el que se formula e implementa la estrategia y los apoyos de los programas de desarrollo en entidades agropecuarias, específicamente en su tecnología e innovación se convierten todos en su conjunto, en un buen modelo de gestión estratégica para favorecer la toma de decisiones.

Mintzberg (1991), comenta que lo más importante que hace un directivo en su empresa es la estrategia de sus organizaciones, o por lo menos revisar el proceso en el cual otras personas las elaboran, un empresario/directivo se le considera como un artesanal y a la estrategia como la arcilla, por lo que en ocasiones la arcilla tomará la forma que quiera el individuo, responsable de manejarla, todo está en sus manos.

Las Pymes Latinoamericanas, presentan los mismos conflictos a los cuales deben enfrentar para competir, o bien algunas de ellas aprovechan las oportunidades con sus mejores fortalezas, para así llegar al éxito.

Planteamiento del Problema de Investigación

Las Pymes, en México representan un eslabón muy importante para que nuestro país avance en su economía, con apoyo de éstas se disminuye el desempleo, la delincuencia y aumenta la calidad de

vida para sus integrantes, contribuyendo así a que nuestro país sea más competitivo, esto a su vez hará que otros países confíen en nosotros para sus inversiones.

De la Rosa (2014) a través de los datos proporcionados por la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), expone los datos donde las pequeñas y medianas empresas (PYMES) mexicanas tuvieron un 2013 bastante difícil, ya que cerraron con una plantilla laboral de 12.29 millones de personas, cifra 0.81% menor a los 12.39 millones al cierre de 2012. Por otro lado Marker (2013), hace referencia a las cifras difundidas por el Centro de Desarrollo de la Competitividad Empresarial (CETRO-CRECE), donde solo el 10% de las PYMES Mexicanas llegan a los 10 años de vida y logran el éxito esperado, mientras que el 75% de las nuevas empresas del país fracasan y deben cerrar sus negocios sólo dos años después de haber iniciado sus actividades.

A continuación se exponen los problemas más recurrentes en las PYMES, mexicanas, Según Lozano (2013):

El no tener un plan estratégico, es el principal error que cometen las PYMES en México, aunado a éste se enlistan los más comunes:

- Falta de institucionalización de sus valores organizacionales.
- Deudas y obligaciones que asumen los accionistas a título personal.
- Inadecuada segregación de funciones.
- Rezago tecnológico.
- Falta de reinversión de las utilidades en capital de trabajo.

- Carencia de personal capacitado.
- Pésima atención a sus clientes.
- Problemas con las autoridades hacendarias.

Así también agregamos a esta lista de problemas que enfrentan las pymes mexicanas día a día, los que proporcionan los Fundadores del Instituto del Fracaso (2014) quienes exponen que las cinco causas más comunes por las que fracasan las empresas en México son:

- Ingresos insuficientes para subsistir
- Falta de indicadores (objetivos del negocio)
- Falta de procesos para análisis
- Planeación deficiente
- Problemas en la ejecución

Dicho Instituto agrega que el ser emprendedores no es sinónimo de éxito, ya que no basta una formación universitaria para iniciar un negocio, y para evitar el fracaso hoy en día en los sistemas educativos universitarios se agrega a la formación dicho tema de emprendedor, así como algunas universidades que tienen diplomados, asignaturas de licenciatura y posgrado, referente a la gestión estratégica.

Expone Palomo, (2005), que algunas investigaciones disponibles sobre el tema de las PYMES en México, se puede decir que les falta adentrarse un poco más en la temática de Gestión de PYMES, de cualquier área que la empresa lo requiera, ya que la información que está a disposición de los lectores,

son comentarios de profesionales y proveedores de servicios, los cuales se basan principalmente en experiencias y las dan a conocer en medios de información que lo único que lo gran es provocar estrés entre los empresarios; los temas para las investigaciones se pueden centrar en la Gestión de la Estrategia, Gestión de Recursos Humanos, Gestión del Conocimiento, Gestión de los Recursos Financieros, etc.

En un estudio realizado a las Pymes turísticas de Campeche, por Quijano, Arguelles, Quijano, Sahuí y Magaña (2013), apoyan de alguna manera con sus resultados a lo expuesto por Marker en las líneas anteriores; con referencia a la percepción del líder, comentan tener nociones sobre la Administración Estratégica, pero no la implementan en sus empresas ya que no cuentan con los recursos, ni con el tiempo, ni con el pago de los costos que genera el implementar una estrategia, así también declaran que no la ponen en marcha por el desconocimiento de los beneficios. Es una tristeza ver la poca fe de los empresarios para con sus negocios, ya que prefieren estar al día trabajando en la operación, que ir planeando y asegurando su futuro.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (2012), en su sección de estadísticas presenta la siguiente información:

Tabla 1. Tasas de nacimiento y muertes de establecimientos de los sectores industrias manufactureras, comercio y servicios privados no financieros a nivel nacional a mayo 2012.

Nacimientos	Muertes	Crecimiento
--------------------	----------------	--------------------

Industrias manufactureras	19.6	16.1	3.6
Comercio	27.0	21.7	5.2
Servicios Privados no financieros	28.4	21.0	7.4
Total	26.6	20.7	5.9

Origen: INEGI 2012. Análisis de la Demografía de los establecimientos.

Esta tabla muestra cifras muy escalofriantes con respecto al alto nivel que hay de mortandad en las empresas que abren para luego cerrar, por lo que se puede ver es más fácil fracasar que tener éxito.

Tabla 2. Tasas de nacimientos y muertes de establecimientos del **sector comercio** según entidad federativa a mayo 2012.

	Nacimientos	Muertes	Crecimiento
Coahuila de Zaragoza	22.0	29.4	-7.4
Sonora	26.6	30.8	-4.1
Colima	26.3	9.2	17.1

Origen: INEGI 2012. Análisis de la Demografía de los establecimientos.

En la Tabla 2. Se muestran los extremos en las estadísticas de las empresas que nacen y mueren del sector comercio en los estados de nuestro país, tomando el indicador del crecimiento como referente,

para este comparativo. Aunque el estado de Sonora al parecer está en medio de los extremos, nos distinguimos por ser un estado con una problemática bastante fuerte donde se refleja que cierran más empresas de las que abren, esto se refleja por que se suman algunas empresas que abrieron en diferentes años y finalmente cerraron en este período, del 2009 al 2012.

Según Leyva, Ochoa & Jacobo (2013), en su estudio realizado en las Pymes de Ciudad Obregón, Sonora se determina que de 55 pymes entrevistadas, 13 de ellas no elaboran estrategias, así también el resto (42) de las pymes declaró que elaboran las estrategias en un 45.45% cuando existe una oportunidad, el 40% comenta que las formulan cuando tienen problemas; este porcentaje deja ver que la administración de los empresarios pymes es deficiente en el sentido que solo se trabaja para apagar fuegos, dejando a un lado el pensamiento estratégico que permita el crecimiento y permanencia en el mercado.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente en antecedentes, contexto y problema, surge la siguiente **pregunta de investigación:**

¿Cuál es el impacto de la Gestión Estratégica en el desempeño de las PYMES del Sector Comercio de Cd. Obregón, Son?

Hipótesis

La hipótesis que se plantea pretende hacer una relación de causa-efecto entre la gestión estratégica y el desempeño.

Hi= La implementación de la Gestión Estratégica en las Pymes del sector comercial de Ciudad Obregón, impacta positivamente en el desempeño, permitiéndoles así permanecer en su mercado.

Objetivo de la Investigación

De acuerdo a la importancia de los antecedentes, contexto y problemática presentadas anteriormente en este capítulo, el objetivo general lo que pretende satisfacer en la investigación es:

Objetivo: Analizar el impacto de la Gestión Estratégica en el Desempeño de las Pymes del Sector Comercio de Cd. Obregón, Son.

Marco Teórico

Estrategia

El éxito en la guerra, es del mismo modo que en los negocios, depende fundamentalmente del líder, existen otros factores también que contribuyen al éxito como lo es la información, la preparación, la organización, la comunicación, la motivación y la ejecución. Según Sun Tzu citado por (Krause 2009).

De acuerdo a Mintzberg (1999) el concepto de estrategia ha ido evolucionando a través de los años y con ella sus perspectivas también han cambiado. De acuerdo a esta evolución Mintzberg presenta a continuación la escuela del pensamiento y sus principales exponentes acerca del concepto de estrategia. 1. En la *Escuela de Diseño*: Selznick 1957, y Andrews 1965, visualizan a la estrategia como un proceso de concepción, interpretan la creación de estrategia como un proceso de diseño informal. 2.

Escuela de Planificación. (Ansoff 1965) A diferencia de los autores anteriores menciona que la estrategia es vista de manera formal. Considera a la creación de la estrategia como un proceso más independiente y sistemático de la planificación formal. 3. *Escuela de Posicionamiento.* (Schendel y Hatten a mediados de los 70s. Porter 1980 y 1985), coinciden que la estrategia se concentra en la selección de posiciones dentro del mercado económico. 4. *Escuela Empresarial.* (Schumpeter 1950, Cole 1959), estos autores coinciden que la estrategia es vista en términos de crear una visión y asocian la estrategia con la empresa. 5. *Escuela Cognoscitiva.* (Simon 1947 y 1957, March y Simon 1958), la estrategia es vista como un proceso mental en donde se dice que si la estrategia puede ser una visión personalizada, entonces su formación también debe ser entendida como el proceso de consecución conceptual en la cabeza de una persona. 6. *Escuela de Aprendizaje* (Lindblom 1959 y 1968, Cyert y March 1963, Weick 1969, Quinn 1980, Prahalad y Hamel 1990), la estrategia se convierte en un proceso emergente. La afirmación de estos autores es que si el mundo es muy complejo entonces las estrategias no se pueden aplicar todas al mismo tiempo, como planes claros y visiones. 7. *Escuela de Poder.* (Allison 1971, Pfeffer y Salancik 1978, Astley 1984), los autores exponen en esta escuela que la estrategia es vista como un proceso de negociación entre grupos en conflicto dentro de una organización o dentro de las mismas instituciones y su ambiente externo. 8. *Escuela Cultural.* (Rhenan y Normann 1968), mencionan que la estrategia está arraigada a la cultura de la organización y su proceso es colectivo y cooperativo. 9. *Escuela Ambiental.* (Hannan y Freeman 1977), teóricos de las organizaciones que creen que la formación de la estrategia es un proceso reactivo, donde la iniciativa no debe buscarse dentro de la institución sino en contexto externo.

Otros autores como Hill y Jones, (2009), definen la estrategia como *“un conjunto de acciones estructuradas que los administradores adoptan para mejorar el desempeño de su compañía.”* Para la mayoría de las empresas el reto es lograr un desempeño mayor que el de sus rivales.

Por otro lado Mintzberg, Quinn & Voyer (1997) la define la estrategia como "el patrón de una serie de pasos o acciones, que integra las principales, metas y políticas", el autor enfatiza que una estrategia que se formula de manera eficiente pone orden en la ejecución de la misma y asigna los recursos de la organización de acuerdo a sus atributos y deficiencias, con el fin de lograr una situación viable y original. Von Neumann & Morgenstem (2007), definieron la estrategia empresarial como "la serie de actos que ejecuta una empresa, los cuales son seleccionados de acuerdo con una situación concreta", la empresa debe tener muy clara su problemática con énfasis en las causas que generan la situación, esto permitirá a los líderes crear una estrategia que responda específicamente a eliminar los problemas detectados. Cedeño (1988) expone que "la estrategia de la empresa señala el camino que va a recorrer desde su actual situación hasta la que se propone tener en el futuro". Una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas, y a la vez establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. David (2013) define a la estrategia como "los medios a través de los cuales se alcanzarán los objetivos", además expone que la estrategia es responsabilidad de los altos directivos de la empresa y que puede haber cambios por lo general en cinco años como mínimo de haberla ejecutado, termina adicionando que el diseño de la estrategia se basa en los factores críticos internos y externos que enfrenta la empresa.

Gestión Estratégica

De acuerdo a Betancourt (2006) Gestión Estratégica es "El arte y la ciencia de anticipar y gerenciar el cambio, con el propósito de crear permanentemente estrategias que permitan garantizar el futuro del negocio". Las organizaciones hoy en día deben estar anticipándose a su futuro y manteniéndose en un mercado turbulento, donde cada día aumenta la competencia con empresas de todos los tamaños. Según Fernández (2006), "la gestión estratégica consiste en desarrollar estrategias competitivas, para implementar las políticas y crear una estructura organizacional que sea favorable y

conducente a una asignación de recursos que permita alcanzar con éxito esas estrategias. David (2008), aporta lo siguiente: la gestión estratégica es el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una organización lograr sus objetivos.

Las empresas utilizan el proceso de gestión estratégica para alcanzar la competitividad estratégica y ganar rendimientos mayores de la media, las empresas analizan el entorno externo y su organización interna, luego elaboran y aplican una estrategia para alcanzar un nivel de rendimiento deseado. El rendimiento se refleja en el nivel de la empresa de competitividad estratégicos y el grado en que gana rendimientos superiores a la media (más de lo que los inversores esperan obtener de otras inversiones con niveles similares de riesgo) proporcionar la base necesaria para satisfacer simultáneamente todos los intereses de una empresa. (Hitt, Ireland & Hoskissn, 2015).

Analoui and Karami (2003) exponen lo siguiente con el propósito de identificar y comparar las características de la gestión estratégica típica, algunos de los modelos de gestión estratégica han sido revisados. A pesar de las diferencias en los detalles y variaciones en la redacción, los tres modelos muestran tres características comunes: la formulación de la estrategia, implementación y evaluación de la estrategia. En primer lugar, está la sección de formulación de la estrategia, hay un énfasis en la misión de la empresa, los objetivos de negocio y su relación con la naturaleza internacional del entorno externo en el que las oportunidades y amenazas están presentes. En segundo lugar, en la sección de implementación de la estrategia, hay un énfasis en el liderazgo, estructura organizacional, cultura organizacional y su relación con las políticas funcionales y las decisiones de asignación de recursos. Finalmente, la última sección es el de la evaluación de la estrategia. Aquí, hay un énfasis en el control de las actividades, mediante la evaluación del desempeño para proporcionar retroalimentación positiva, motivadora, la mejora de las políticas y procedimientos operativos en línea con la gran estrategia.

Desempeño

Es considerable aclarar que el desempeño debe medirse, para valorar si la estrategia utilizada funcionó en el alcance de sus objetivos; para Lusthaus, Anderson, Carden & Montalván (2002) el desempeño en las empresas se establece a través de la capacidad de las mismas para sobrevivir. Toda empresa debe combinar sus recursos, su personal, sus clientes, proveedores, sistemas, área financiera, administración y su liderazgo, para que ésta pueda llegar a lograr sus objetivos y seguir vigente en su entorno y mercado. Los autores creen que el desempeño se puede evaluar en las siguientes dimensiones:

a) Eficacia: es el grado en el que una organización es capaz de lograr sus metas; b) Eficiencia, la proporción que refleja una comparación entre los resultados logrados y los costos sufragados para el cumplimiento de las metas; c) Relevancia, la capacidad de una organización de satisfacer las necesidades y conseguir el apoyo de sus principales interesados directos en el pasado, presente y futuro; d) Viabilidad Financiera, la capacidad de una organización debe tener los fondos necesarios para satisfacer sus requisitos funcionales a corto, mediano y largo plazo.

Para el logro de un Desempeño Organizacional con éxito, (Wayne y Noe, 2005) comenta que se refleja en la unión entre el empleado y la organización, la relación mutua entre éstos se ve reflejada en un buen desempeño individual, que se ve reflejado en un buen desempeño organizacional. se dice que Aunado a esto, (Ramírez, 2004) contribuye que los objetivos de desempeño son *eficacia*, en la cual se eleva la eficiencia en la utilización de la infraestructura y los recursos disponibles en la empresa, y la *eficiencia*, en la que se lleva el cumplimiento pleno de los objetivos establecidos.

Hay diferentes factores para poder definir qué es Desempeño Organizacional según Gopalakrishnan (2000), sin embargo coincide en cuanto a los términos de *Eficiencia* la cual está relacionada con las entradas y salidas de recursos, la *Efectividad* relacionada con el crecimiento de la

organización y la satisfacción del empleado y por último los resultados financieros, relacionados con el retorno de activos, la inversión y el crecimiento de la utilidad.

Método

Diseño de la Investigación

Para determinar la relación entre dos o más variables es decir para medir la dependencia de una variable con respecto de otra variable conocida como independiente, en esta investigación se aplicará la Correlación.

Población y muestra

La Población a la que se pretende estudiar la conforman los empresarios, gerentes o administradores de las Pymes de Cd. Obregón, Sonora, del sector comercio. De acuerdo a información de DENEUE- INEGI, la base de datos disponible es del 2009, y se tiene un aproximado de 270 empresas pequeñas y 45 medianas. La clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida en la fracción III del artículo 3 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y en el Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, publicado en el DOF el 30 de junio de 2009; (DOF, 2011)

Tabla 3. Clasificación de las Empresas.

Tamaño	Sector	Rango de número de Trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4
	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100
Pequeña	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100

Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta
	Servicios	Desde 51 hasta 100	\$250
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250

Fuente: DOF (2011). Clasificación de las MiPyMes, 2009.

Cabe señalar que el cálculo de la muestra se aplicará a las pequeñas empresas del sector comercio de ciudad Obregón, a través de la fórmula de poblaciones finitas. Para las empresas medianas se realizará la investigación en la totalidad de las empresas ya que la población solo son 45 empresas ubicadas en dicha ciudad.

Instrumentos

Se elaborará un cuestionario de forma estructurada, para aplicarse a los sujetos en las empresas PYMES de Cd. Obregón, Son., del sector comercio.

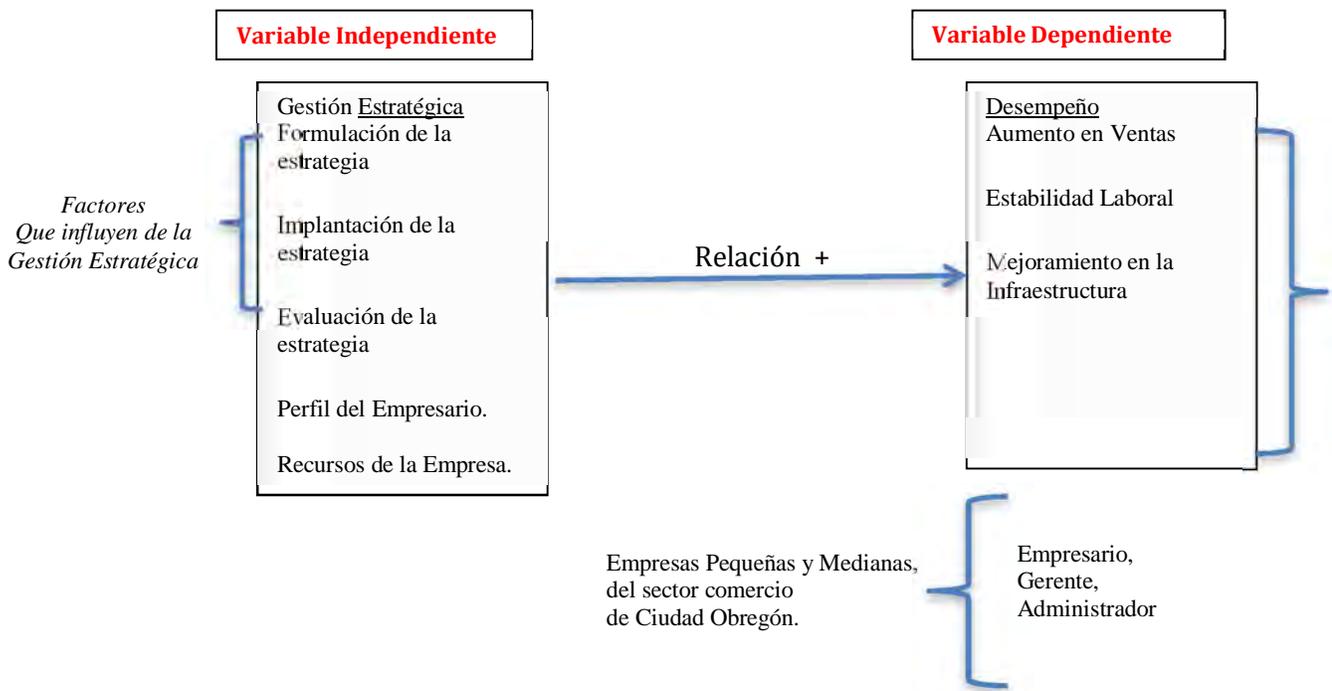
Las pruebas que se pretenden realizar en esta investigación con respecto a la validez, será como sigue: se someterá el cuestionario para la validación por parte de tres expertos en el tema de estrategia y/o desempeño. Y para la fiabilidad se utilizará el alfa de Cronbach con la finalidad de medir que los ítems utilizados tengan un mismo constructo y asegurar que estén altamente correlacionados. El cuestionario se pretende elaborar de acuerdo a otras investigaciones y/o marcos conceptuales. Para el análisis de los resultados se utilizará el paquete estadístico SPSS.

Resultados

Los resultados que se pretenden obtener en esta investigación son los siguientes:

En la siguiente figura se muestra las variables y algunos de sus indicadores, así como la relación de dichas variables, la cual se pretende investigar.

Figura 1. Relación de variables



Elaboración propia (2014)

A continuación se presentan algunas investigaciones en cuanto a la relación de estrategia y desempeño, las cuales se presentan a continuación y se aproximan a los resultados esperados en esta investigación:

Según Galbraith y Schendel (1983) al evaluar algún tipo de estrategia como por ejemplo estrategia de costos, la estructura de los ítems se da más peso a las que estén enfocados más a los

costos si fuera sobre calidad la estrategia, éstos e enfocarán más a calidad, etc., también concluyen estos autores que independientemente de la estrategia que se utilice en las empresas, ðexiste una relación positiva entre la estrategia y el desempeñoö.

Para Calderón, Álvarez y Naranjo (2010) comentan en su estudio que lo encontrado en las empresas industriales colombianas se replica en empresas de otros países, coincidiendo en ðqué más estructurada esté la estrategia mejores resultados en la efectividad organizacionalö. Así también sugieren como propuestas de investigación las siguientes líneas: Estrategia e Innovación, Estrategia y Estilos de Directivos, desempeño y Manejo Estratégico, entre otros.

De acuerdo al estudio de Serna, Calderón, y Naranjo (2013) en sus conclusiones exponen que desde los aspectos teóricos se destaca la teoría de los recursos y capacidades para un análisis de la estrategia adoptada por la empresa, y que la orientación de la estrategia tiene un efecto en el desempeño de la misma.

Lo que se puede observar que estos estudios es que apoyan la factibilidad de realizar este proyecto de investigación, no se encontró específicamente un estudio donde se hable de la relación entre la ðGestión Estratégica y el Desempeñoö, pero si estudios relacionados con temas que abarca este proyecto: Estrategia y Desempeño.

Bibliografía

- Aguilera-Castro, A. & Virgen-Ortiz, V. (2013). Aplicación de un modelo de formulación de estrategias para evidenciar la orientación al crecimiento empresarial en pymes: Santiago de Cali - Colombia. *Entramado*, 9(2) 82-97. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265429948007>
- Analoui, F. and Karami, A. (2003) Strategic Management in Small and Medium Enterprises. Thompson. Great Britain. Page. 7-8 Disponible en : <https://www.cengagebrain.com.au/content/9781133816621.pdf>
- Andriani, C. Biasca, R. & Rodríguez M. (2003). El nuevo sistema de gestión para las PYMEs: un reto para las empresas. México: Grupo Editorial NORMA.
- Betancourt Tang, J.R. (2006) Gestión Estratégica: Navegando Hacia El Cuarto Paradigma, Edición electrónica gratuita. Disponible en: www.eumed.net/libros/2006c/220
- Calderón-Hernández, G., Álvarez-Giraldo, C. M. & Naranjo-Valencia, J. C. (2010). Estrategia competitiva y desempeño organizacional en empresas industriales colombianas. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 20(38) 13-26. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81819024003>
- Cedeño-Gómez, Álvaro (1988) Administración de la Empresa. Disponible en: <https://books.google.com.mx/books?id=dKxyKXJAJHoC&pg=PA386&lpg=PA386&dq=%C3%81lvaro+Cede%C3%B1o+G%C3%B3mez+Administraci%C3%B3n+de+la+empresa&source=bl&ots=qF04kwSPzs&sig=JgdZbQPb0WyFTShJWEI8PaKe8gc&hl=es&sa=X&ei=HFwkVdyJBlaVNoangMgK&ved=0CB0Q6AEwAA#v=onepage&q=%C3%81lvaro%20Cede%C3%B1o%20G%C3%B3mez%20Administraci%C3%B3n%20de%20la%20empresa&f=false>
- David, F. (2008). Conceptos de administración estratégica. México: Pearson-Prentice Hall.
- David, F. (2013) Conceptos de Administración Estratégica. México: Editorial PEARSON.
- De la Cerda, J. (2009). La Estrategia de las Latinas. México: LID Editorial Mexicana.
- De la Rosa, G. (2014) Pymes destruyen 100,000 empleos en 2013, CNN Expansión, Sección Economía, disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2014/02/12/pymes-eliminan-975000-empleos-en-el-ano>.
- DOF (2011) Acuerdo mediante el cual se dan a conocer las Reglas de Operación del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PYME) para el ejercicio fiscal 2012. Disponible en: http://www.fondopyme.gob.mx/2012/pdfs/RO_FPYME_2012_DOF_23122011.pdf
- Fernández, C. (2004) Comportamientos Estratégicos. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A. de C.V.

Fernández, N. (2006) Política, planeamiento y gestión de la educación, Argentina: UNTREF.

Fundadores del Instituto del Fracaso (2014) Libro del Fracaso, México: Editorial Offset Rebosan, S.A. de C.V.

Galbraith, C. & Schendel, D. (1983). An empirical analysis of strategies types. Strategic Management Journal, 4, 153-173. Disponible en <http://ccs.mit.edu/papers/CCSWP123/CCSWP123.html>

Gopalakrishnan, S. (2000), "Unravelling the links between dimensions of innovation and organizational performance". En: The Journal of High Technology Management Research, 11 (1): 137-53. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S104783100000249#>

Hill C. & Jones G. (2009) Administración Estratégica. México: Editorial Mc Graw Hill Educación.

Hitt, Michael; Ireland, Duane; Robert, Hoskissn (2015) Strategic Management :Competotiveness & Globalization: Concepts 11 Edition, CENGAGE Learning, page 26. Canada.Disponible en: http://dl.yazdanpress.com/BOOKS/MANAGEMENT/Strategic_Management-Hitt_Ireland_Hoskisson.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (2012). Análisis de la Demografía de los Establecimientos. Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/tabdirecto.aspx?s=est&c=33628>

Krause-Donal, G. (2009) El Arte e la Guerra para ejecutivos: El texto clásico de Sun Tzu adaptado al mundo de hoy. ESPAÑA: Editorial EDAF, S.A de C.V.

Leyva, B., Ochoa, S., & Jacobo, C. (2014) Estrategia: su elaboración, implantación y evaluación en las Pymes de Cd. Obregón, Son. X Coloquio Internacional de Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación en Análisis Organizacional, Veracruz, 22 y 23 de mayo.

Lozano-Rodríguez, *Parménides* (2013) Problemáticas actuales de las Pymes en México. Soy Conta Innovación Contable, Disponible, en: <http://www.soyconta.com/problematicas-actuales-de-las-pymes-en-mexico/>

Lusthaus, Charles; Adrien, Marie-Hélène; Anderson, Gary; Carden, Fred. & Montalván, George (2002) Evaluación Organizacional. Marco para mejorar el Desempeño. Banco Interamericano de Desarrollo y Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo. Estados Unidos de América. Disponible en: <http://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/446/Evaluaci%c3%b3n%20organizacional.pdf;jsessionid=87B5072F8B0650C0E2F15BDBCC581272?sequence=2>

Marker, Graciela (2013) Casi la mitad de las PyMEs mexicanas fracasan por una mala gestión. Disponible en: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35717/casi-la-mitad-de-las-pymes-mexicanas-fracasan-por-una-mala-gestion/>

Mintzberg, H. (1991). Mintzberg y la dirección. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.

Mintzberg, H. Quinn, James & Voyer, J. (1997) El Proceso Estratégico, conceptos, contextos y casos. México: Editorial PEARSON.

Mintzberg, H. (1999). Safari a la estrategia. Argentina: Ediciones Granica.

Misanková, M. & Kocisová, K. (2012) Strategic Implementation as a part of Strategic Management. Contemporary Issues in Business, Management and Education. Disponible en: http://ac.els-cdn.com/S1877042813055717/1-s2.0-S1877042813055717-main.pdf?_tid=5a4e8d1a-731a-11e4-853e00000aab0f01&acdnat=1416751954_d97114987e11f957c536c62de4357ff9

Mondy, W., y Noe, R. (2005) Administración de Recursos Humanos. México: Pearson Educación. Disponible en: <https://books.google.com.mx/books?id=UkWaAvHmBswC&pg=PA202&dq=qué+es+desempeño+organizacional?&hl=es-419&sa=X&ei=0P4IVezTCMfwsAWUzYD4Bw&ved=0CC4Q6AEwBQ#v=onepage&q=qué%20es%20desempeño%20organizacional%3F&f=false>

Palomo, M. (2005) Los Procesos de Gestión y la Problemática de las PYMES. Revista Ingenierías. Vo. VIII. NO. 28, pag. 26-27. Disponible en: <http://www.puic.unam.mx/empresasindigenas/docs/1810.pdf>

Porter, Michael E. (2011) ¿ Qué es la Estrategia? Harvard Business Review. pp. 100-103

Disponible en: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-03/Unidad1/ESTRATEGIA%20MPORTER%202011.pdf>

Quijano-García, Román. Arguelles, Luis. Sahuí-Maldonado José. & Magaña-Medina, Deneb. (2013). Estudio Diagnóstico de aplicación de la Administración Estratégica en Pymes del Sector Turístico de Campeche, México. Global Conference on Business and Finance Proceedings. Volume 8. Number 2. Disponible en: <http://www.theibfr.com/ARCHIVE/RGN-V1N1-2013.pdf#page=57>

Ramirez, G. (2004) Desempeño Organizacional Retos y Enfoques Contemporáneos. México: Origami Editores. Disponible en: <https://books.google.com.mx/books?id=fpf7g2PhY6MC&pg=PA10&dq=qu%C3%A9+es+desempe%C3%B1o+organizacional&hl=es&sa=X&ei=uGwIVePYL8WkyASig4HIDg&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=qu%C3%A9%20es%20desempe%C3%B1o%20organizacional&f=false>

Rubio, C. (2012). Gestión Estratégica Organizacional aplicada a las Pymes constructoras en Colombia. Biblioteca Digital Minerva. Universidad EAN. Colombia. Disponible en: <http://repository.ean.edu.co/handle/10882/2845>.

Saavedra, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana Pensamiento & Gestión, núm. 33, (julio-diciembre), pp. 93-124 Universidad del Norte Barranquilla, Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/646/64624867005.pdf>

Serna- Gómez, H.; Calderón- Hernández, G.; & Naranjo- Valencia, J. (2013) Efecto de la Estrategia en el Desempeño de la Empresa. Un estudio en la industria manufacturera de Colombia. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 18, núm. 61, enero-marzo, 2013, pp. 9-29 Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/290/29026161006.pdf>

Thompson & Gamble (2012) Administración Estratégica: Teoría y Práctica. México: Editorial Mc Graw Hill Educación.

Von Neumann, J. & Morgenstern, O. (2007) Theory of Games and Economic Behavior. United States of America: Princeton University. Disponible en: https://books.google.com.mx/books?id=jCN5aNJ-n-0C&printsec=frontcover&dq=Von+Neumann,+J.+%26++Morgenstern,+O.+%282007%29+Theory+of+Games+and+Economic+Behavior.+United+Estates+of+America:+Princeton+University.&hl=es&sa=X&ei=xKQIVe6_DoOxggTf-oOwBA&ved=0CCwQ6AEwAg#v=onepage&q&f=false



ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE INCUBACIÓN Y ACELERACIÓN DE NEGOCIOS COMO SISTEMAS DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA REGIONAL. EL CASO DEL CEMCIV-ITSPV

Mtro. Alberto Navarro Alvarado
Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta
Dirección: P. de las Arecas #221 A, Col. P. Univ. II
alberto.navarro@tecvallarta.edu.mx
Nacionalidad: Mexicano

Mtra. Cynthia Dinorah González Moreno
Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta
P. de las Arecas #221 A, Col. P. Univ. II
cynthia.gonzalez@tecvallarta.edu.mx
Nacionalidad: Mexicana

Lic. Martha Irene Sánchez Beltrán
Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta
Plutarco Elías Calles #124, Del. Las Juntas
martha.sánchez@tecvallarta.edu.mx
Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015
Fecha de aceptación: 31/Mayo/2015

Resumen

El presente documento expone un análisis sobre las diversas modalidades de relación que tienen las instituciones educativas de educación superior con su entorno inmediato y cómo éstas pueden ser tratadas, desde un punto de vista pragmático, como fuentes de innovación a partir de dos conceptos importantes, a saber, la incubación y la aceleración. En este tenor, se tienen cuatro nexos fundamentales, particularmente cuando se habla de organismos dependientes del Tecnológico de México, quienes se asocian a su entorno inmediato como una de sus principales funciones, siendo éstos: incubación, aceleración de negocios, consultoría y desarrollo de recursos humanos. Todas estas conexiones son compiladas a través de diversos departamentos o áreas, quienes fungen como mediadores de transferencia tecnológica, siendo el principal aliciente para

el desarrollo regional en Puerto Vallarta, Jalisco. Analizando cada una de los nexos del Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta se destaca la importancia de generar un organismo vinculador que integre eficientemente el trabajo de innovación.

Palabras clave en orden alfabético: aceleración de negocios, incubación de negocios, innovación, transferencia tecnológica.

Introducción

En el marco de la construcción integrada de organismos sincronizados bajo una visión holística, sistémica y eficiente, subyace el concepto de innovación como base fundamental y, de hecho, obligada, en pro del beneficio colectivo centrado en el crecimiento regional como la prístina alternativa viable para el desarrollo nacional; no obstante, sobresalen innumerables consideraciones que, si bien no pueden ser soslayadas de manera inmediata por los sistemas imperantes, pueden, al menos incorporarse a una de las múltiples temáticas de estudio académico, tales como la innovación tecnológica, procesual, de servicios, entre otras (Birkinshaw, Hamel y Mol, 2008).

La macrovisión de la innovación en la literatura de vanguardia se centra en cuestiones más de índole económica que en los problemas técnicos a los que se enfrenta el proceso creativo en el ámbito de los negocios (Fabrizio y Thomas, 2012). La confusión principal radica en aceptar la innovación empresarial como un cúmulo de situaciones concretas y causa ô no efectosô de una condición económica disociada, hasta cierto punto, del eje causal mayor, esto es, un fuerte institucionalismo imbricado en condiciones consecuentes a la innovación, entre ellas el desarrollo económico, la equidad, el crecimiento, el emprendurismo, desarrollo de nuevos productos, entre muchos otros (Fabrizio y Thomas, 2012; Warnecke, 2013; Chatterji y Fabrizio, 2014).

De esta forma, la innovación acaece en un contexto dado, bajo un conjunto de condiciones muy concretas e incluso provocadas, y debiera contribuir al logro de objetivos organizacionales individuales que traigan beneficios colectivos por su intervención en los sistemas económicos regionales o globales, según sea su impacto (Appleyard, 1996; Almeida y Phene, 2004). Bajo esta perspectiva surgen preguntas importantes sobre la función institucional para la gestión de la innovación, particularmente hablando de instituciones educativas, ¿cómo coincide la innovación con los programas universitarios?, ¿cómo y de qué forma se relacionan las organizaciones con las instituciones educativas para gestionar la innovación?, ¿cómo realmente puede gestionarse la innovación sectorial a partir de los organismos públicos de educación superior?, ¿cuál de las dos vías de fomento, aceleración o incubación, ofrece los mejores resultados?

Así, se puede plantear una hipótesis general: La transferencia de tecnología que se realiza en el ITSPV se centra en sistemas de alcance limitado, sustentándose en el conocimiento e innovación procesual por lo que la generación cognitiva se da en niveles tácitos, de tal forma que existen dos vías centrales para desarrollar este proceso, a saber, la generación de nuevos negocios (incubación) y la aceleración de negocios (eficientización), aunque las contribuciones son asimétricas a nivel de los programas de fomento en los que la institución participa.

Marco teórico

La participación de las instituciones educativas de nivel superior en la tarea de la gestión de innovación empresarial ha sido traducida de forma simbólica bajo el pendón del emprendurismo. Esta situación ha dejado de lado el problema por sí mismo que pretende resolver, sea pues, la generación de negocios y, más aún, la gestión para la innovación de los ya existentes, o bien, combinaciones de ambos. De aquí se sigue la necesidad imperante de crear apoyos sistemáticos capaces de generar innovación bajo la coordinación de los organismos públicos disponibles, entre ellos las instituciones de educación superior, quienes debieran poseer la fuente elemental para la innovación, a saber, el conocimiento (Grant, 1996; Rogers, *et al.*, 1999).

Ante el contexto competitivo actual es evidente que las empresas para su subsistencia y crecimiento han tenido que invertir en la generación y mantenimiento del conocimiento en varias dimensiones. En los últimos años, el mercado de la información ha tenido un fuerte impacto en el desempeño de las empresas. Actualmente no existe una empresa que pueda competir en un mercado globalizado sin la intervención, generación o consecución de conocimiento.

En un primer atisbo del conocimiento como un recurso propulsor de otros aspectos para mejorar el posicionamiento empresarial, Shroeder (1990) había intentado definir el impacto de la innovación sobre las estrategias competitivas, argumentando que se tenían efectos diferentes en segmentos y tiempos distintos y que éstos eran asimétricos; aunque en su estudio no hizo referencia a los aspectos cognitivos. Unos años más tarde, a mediados de la década de los 90, aparecen las teorías basadas en el conocimiento (Grant, 1996; Spender, 1996; Tsoukas, 1996) que se presenta un panorama más completo del aspecto de la innovación relacionada con la generación de éste.

Correspondientemente, las perspectivas apoyadas en el conocimiento parten de las teorías basadas en los recursos (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991; Grant, 1991; Peteraf, 1996) desde un aspecto de la eficiencia, en el que ciertas empresas logran ventaja competitiva en regímenes de cambio rápido gracias a la competencia basada en la innovación, mejora de precios competitivos, incremento de retornos y destrucción creativa (Teece, Pisano y Shuen, 1997).

Se tiene entonces que, el conocimiento de la empresa es emergente y es resultado de la interacción entre sus recursos, la manera en que son empleados para agregar valor al producto (Teece *et al*, 1997), no se encuentra concentrado en un solo agente y no está completo en ningún punto (Tsoukas, 1996). Lo que permite concluir que la manera en que los recursos pueden recombinarse está en función del conocimiento tácito de la empresa, pero la probabilidad de dichas recombinaciones tiene una relación inversa con éste (Galunic y Rodan, 1998), es decir, que la manera en que fluye el conocimiento afecta a las actividades de innovación de la empresa.

Se distinguen, entonces, dos tipos de flujos de conocimiento, dentro de la empresa (interfirma)⁴ y fuera de ella (intrafirma)⁵. Dichos flujos se verán afectados por el grado de dispersión del conocimiento y las formas en que éste se presente — como por ejemplo, rutinas, relaciones con proveedores, etc.— (Galunic *et al*, 1998), mismos que pueden ser interpretados como costos de transacción y, por ende, como una función de las utilidades. De tal suerte que las variaciones de los beneficios percibidos en la difusión de conocimiento son mayores en industrias con entornos más acelerados de procesos de R&D (Appleyard, 1996).

⁴ Normalmente concebida ésta sólo en empresas corporativas o de gran tamaño en redes.

⁵ Que puede ser entendida de dos maneras. Relaciones entre empresa *hermanas* (Gupta y Govindarajan, 2000), es decir, que pertenecen a la misma red; o bien, de empresas franquisitarias.

Dicho conocimiento tiene manifestaciones concretas medibles de innovación, tradicionalmente concebidas como patentes sobre diseño de productos, métodos y procesos (Makino, *et al.*, 2004) a nivel interno y, a manera de estandarización a nivel mercado; aunque esto sólo ocurre en empresas de gran tamaño o con capacidad económica considerable, esto es, multinacionales. Las empresas de tamaño pequeño son, normalmente, intensivas en conocimiento implícito que no se patentan, sino que se estandarizan para entrar en un marco de innovación procesual principalmente (Mills y Margulies, 1980).

La innovación para las empresas centradas en servicios no puede ser considerada de forma tradicional, ya que mucho se ha hablado sobre las características, elementos y relaciones implicados en la destrucción creativa y la innovación radical, de hecho, no es un tema nuevo (von Hippel, 1998; 2005). En un concepto limitado, de acuerdo con Birkinshaw y Mol (2008), se entiende la innovación como: la invención e implementación de prácticas administrativas, procesos, estructuras, o técnicas que son nuevas en su ámbito de estudio y contribuirán al logro de los objetivos organizacionales.

La innovación dependerá, así, de la implementación de ideas que funcionen, lo cual sostendrá la competitividad sectorial de las empresas a través de una red compuesta por el mercado, los insumos disponibles, las actividades industriales propias de la empresa y los acuerdos interinstitucionales (Van de Ven, 2005). De estos cuatro ejes, el último es donde intervienen los organismos públicos de educación superior.

Tal intervención se manifiesta de dos formas principales, a saber, la consultoría (aceleración de negocios) y la incubación.

La aceleración de negocios presenta, a su vez, tres formas principales de intervención, siendo éstas, la consultoría, la capacitación y la transferencia tecnológica (Jacobson, *et al.*, 2005; Lauren y Salter, 2006). El concepto de aceleración recién se adopta en los programas de intervención auspiciados por el gobierno federal y estatal, sin embargo, figura como un recurso indispensable para la operación efectiva de las empresas pequeñas y medianas que participan, además de asegurar un entorno competitivo. *Hic et nuc*, el financiamiento de los programas de aceleración es muy importante, puesto que tiene una índole pública, lo que de cierta forma, genera una aplicación limitada.

La capacitación, por su parte, es el recurso principal para la generación de conocimiento *in situ* dentro de las organizaciones, de tal suerte que puedan asegurar la ejecución eficiente de los procesos en la medida que las capacidades de la organización se lo permitan, así como gestionar escenarios adecuados para la generación e internalización de conocimientos (Carrillo y Gaimon, 2004; Greenwood, *et al.*, 2005).

La transferencia tecnológica como concepto, por su parte, es el proceso de creación y desarrollo de ideas y conceptos que son investigados por los académicos y después son explotados en los mercados comerciales (Gibson y Mahdjoubi, 2010; Bereza y Rodríguez, 2010). De esta manera, las aplicaciones desarrolladas por la investigación básica y en proyectos académicos son consideradas como transferencias tecnológicas sólo si logran ser empleados de forma eficaz en los sectores empresariales.

Acrisolando la capacitación y la transferencia tecnológica, se tiene una plataforma que constituya organizaciones basadas en conocimiento, esto es, con lo mínimo necesario para generar innovación (Appleyard, 1996; Gaimon, 1997; Carrillo y Gaimon, 2004). Por otra parte, de

acuerdo con Rogers, *et al.* (1999), la mayoría de las universidades en Norteamérica que participaron en programas de transferencia tecnológica lo hicieron a través de financiamiento externo, lo cual difiere considerablemente de los resultados que puedan ofrecer programas de financiamiento público; más aún si el uso de los recursos no es administrado por el propio gobierno, sino que es delegado a organismos participantes, la mayoría también de carácter público, aunque dirigido a una correspondiente mayoría de organizaciones de iniciativa privada.

Complementariamente, se tienen los programas centrados en el emprendurismo, que compete principalmente a la incubación de negocios. Los programas de incubación y emprendurismo a nivel mundial parecen estar fundamentados en una aplicación directa de las organizaciones generadoras de conocimiento teórico por excelencia y, al mismo tiempo, limitadas a una aplicación práctica literalmente mínima (Mars, *et al.*, 2008). Otra de sus características principales es la naturaleza de su financiamiento, siendo mayormente de carácter público o derivado de asociaciones u organismos sin fines de lucro (Spencer, *et al.*, 2005).

Aunque la innovación en el emprendurismo no es una garantía o consecuencia del mismo, la mayoría de los programas de apoyo para la creación de nuevos negocios se centran en este rubro (SEDECO, 2015). La incubación se presenta como la herramienta principal para el emprendurismo, aunque en realidad el índice de deserción de los programas es siempre alto y son literalmente pocos los proyectos que logran concretarse o formalizarse en un esquema competitivo (Parra y Fleitas, 2010; Kenworthy y McMullan, 2013; Bae, *et al.*, 2014).

Método

El Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta (ITSPV), integra diversos programas que intervienen activamente en el entorno empresarial de la región. En términos generales, los programas de intervención aplican a organismos tanto públicos como privados y pueden tipificarse en dos grupos, a saber aceleración e incubación de negocios; esto con base en los programas de fomento empresarial que promueve el gobierno federal y estatal a través de la Secretaría de Economía (SE) y la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), respectivamente.

Los programas de incubación son coordinados por un organismo dedicado a ello, el Centro de Emprendurismo, Capacitación, Investigación y Vinculación (CENCIV), teniendo dos fuentes principales para participar en los programas vigentes, a saber, proyectos institucionales, desarrollados mayormente por alumnos y, por otro lado, proyectos particulares, gestionados por empresas de iniciativa privada u otras instituciones externas al ITSPV, quienes también podían contratar los servicios adicionales que el centro ofrecía (ver tabla 1).

TABLA 1: SERVICIOS DE CEMCIV. FUENTE: CONSTRUCCIÓN PROPIA CON BASE EN INFORMACIÓN ABIERTA DEL ITSPV

Servicios y actividades	Descripción	Participantes
Capacitación	Cursos diseñados <i>ad hoc</i>	Docentes y asesores externos
Certificación	Acreditación de estándares de competencia	Organismos acreditadores externos y personal docente
Formación continua	Diplomados Idiomas	Docentes y asesores externos
Soluciones integrales	Desarrollo de software	Docentes

Los programas de aceleración son llevados de manera estructurada por el personal académico, compuesto por profesores y alumnos. Tales proyectos se integran formalmente al programa de residencias profesionales. Este sistema implícito de transferencia tecnológica es una forma de intervención, y ocurre en dos modalidades básicas: consultoría y desarrollo.

Con base en el análisis de resultados de los proyectos realizados en los últimos tres años, se determinaron cuatro diversas intervenciones para la aceleración, dos centradas en la transferencia de tecnológica y dos en la transferencia y generación de conocimiento; adicionalmente, se establecieron dos modalidades de intervención para emprendurismo, a saber, desarrollo de negocios e incubación de empresas.

Para fines del presente estudio se desarrolló un cuestionario de dos vías sobre la intervención que recibió el beneficiario. Se aplicó una encuesta con diez ítems y 20 preguntas, a un total de sesenta y ocho unidades de estudio.

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

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

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

Para la observación se determinaron los siguientes parámetros:

Tabla 1. Resumen de los parámetros de referencia analítica en el estudio comparativo para el sistema de transferencia tecnológica de CEMCIV

Parámetro	Factores de análisis	Justificación
Pertinencia	VARIABLES EXTERNAS QUE INCIDEN EN EL PROYECTO VARIABLES INTERNAS QUE INCIDEN EN EL PROYECTO ALCANCE	Método: Entrevista Resultado esperado: Se le auxiliará al consultante a identificar y definir el tipo de orientación que necesita, de forma clara, concreta y objetiva, de tal suerte que no existan ambigüedades para el tipo de proyecto en el que participará

Conocimiento	Diseño de productos y procesos Asesoría Consultoría Capacitación	Método: Cátedra Resultado esperado: Ofrecer al consultante las nociones elementales sobre el proceso de transferencia a través de un diplomado donde se le orienta de forma práctica sobre cuatro fases fundamentales del plan de negocios
Aplicación	Identificación del problema o situación problematizante Identificación de medidas correctivas o líneas de acción Método para llevar a cabo el proceso	Método: Lista de cotejo Resultado esperado: Se observa la forma como el consultante aplica lo aprendido, haciendo uso de un método heurístico para formalizar las acciones de su proyecto
Seguimiento	Diseño de indicadores Sistematización de procesos Documentación de acciones	Método: Guía de observación Reconocer si el consultante desarrolla las aplicaciones tecnológicas adquiridas en el proceso de transferencia
Logro	Puesta en marcha Satisfacción Sentido de logro	Método: Encuesta Resultado esperado: Identificar la percepción del consultante respecto al servicio recibido en el proceso de transferencia

Resultados

La muestra para el presente estudio se compone de 20 proyectos de residencia profesional, 15 empresas consultadas, 15 empresas que recibieron algún curso de capacitación, 10 personas acreditadas, 10 empresas que buscaban asesoría para diversificación y elaboración de planes de negocios y 8 empresas incubadas. Se aplicó un cuestionario con 20 preguntas que corresponden a

cinco elementos de innovación, a saber, conocimiento, creatividad, instrumentación, desarrollo de ideas y soluciones innovadoras. Se validaron los resultados de la encuesta con un indicador KR20 de 0.678, lo cual es muy interesante para ser la primera muestra. Los resultados con sus respectivos índices de innovación se presentan en la tabla 2.

TABLA 2: RESULTADOS DE LA ENCUESTA. FUENTE: CONSTRUCCIÓN PROPIA CON BASE EN LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Tipo de intervención	Programa	Resultados de la encuesta
Aceleración: transferencia tecnológica	Residencias profesionales	80% de los beneficiarios reconoció prácticas innovadoras en el servicio recibido
Aceleración: generación de conocimiento y transferencia tecnológica	Asesoría y consultoría a empresas	40% de los beneficiados afirmó recibir prácticas innovadoras
Aceleración: generación de conocimiento	Capacitación	10% de los usuarios calificó como innovadora la información recibida
Aceleración: formalización de conocimiento tácito	Acreditación	5% de los clientes afirmaron adquirir capacidades para la innovación
Emprendurismo	Desarrollo de nuevos negocios	No se detectaron negocios con prácticas innovadoras
Emprendurismo	Incubación de negocios	No se detectaron conceptos de negocios innovadores

Conclusiones

La transferencia tecnológica puede suceder de dos formas posibles en las pequeñas y medianas empresas, que bien pueden ser identificadas como innovaciones procesuales, *know-how* y desarrollo de tecnologías *in situ* (Heijis, 2001; Buesa, *et al.*, 2002; Cataño, *et. al.*, 2008), centradas principalmente en los servicios, ya que de ésta naturaleza fueron las empresas electas, casi en su totalidad. Dada esta particularidad, el sistema se basó más en un esquema de transferencia de conocimiento, aunque no se desvirtuó en lo absoluto el sistema propuesto. En sí, el sistema de transferencia tecnológica acaece en dos vías principalmente, siendo éstas, la transferencia de conocimiento y, la otra, la transferencia de procesos tecnológicos.

Por otra parte, existe una limitación estructural importante para la generación de la innovación, además de la fehaciente carencia de comprensión del concepto mismo, esto es, los recursos limitados en un contexto limitado. Antes de tratar de innovar se deben generar los recursos, insumos, acuerdos y procesos de un sistema basado en el conocimiento, capaz de extender resultados centrados en la innovación. Como puede verse en los resultados de este experimento en baja escala, las prácticas que ofrecen los mejores resultados para la innovación son aquellos que requieren de un menor esfuerzo económico y una mayor focalización de la transferencia del conocimiento, lo que, en extenso, genera mecanismos sociales de transferencia tecnológica.

La participación del ITSPV, escindida en dos grandes rubros, a saber, aceleración e incubación, se sustenta en sendos apotegmas elementales de la innovación: mejorar lo que ya se tiene

(eficientar), o crear algo nuevo que ofrezca mejores resultados (transformar). El sustento epistemológico de la transferencia tecnológica es la innovación por sí misma, sin embargo, ésta demanda un conjunto de condiciones que, al menos en su parte teórica, ya han sido estudiadas sobremanera. Si la transferencia tecnológica es la explotación del conocimiento generado en las instituciones educativas, institutos y laboratorios, entonces, es un buen punto de partida promover la generación de conocimiento en este tipo de organismos.

Y, de hecho, los resultados arrojan que los mecanismos de transferencia tecnológica, particularmente, los proyectos de residencia profesional ofrecen mejores escenarios a los empresarios y organizaciones beneficiadas. Los estudiantes realizan diagnósticos, plantean soluciones, evalúan alternativas y presentan una solución factible para la organización atendida, esto es, realizan una consultoría con base en las necesidades de la organización. La proximidad del conocimiento de vanguardia con las empresas genera resultados basados en la creatividad, innovación y gestión del conocimiento.

Correspondientemente se tiene el caso de la creación de nuevos negocios. Aunque la muestra fue muy pequeña, debido sobre todo a la limitada participación en estos programas, la mayoría de éstos pretendían participar en segmentos que ofrecen rendimientos suficientes por lo que la mortandad es naturalmente alta. La mayoría de los proyectos estudiados son interesantes y bien fundamentados, pero no ofrecen un valor agregado suficientemente atractivo para el cliente.

Surgen otras cuestiones, como el reconocimiento del entorno, la identificación de las capacidades regionales y la sectorización focalizada en servicios; sin embargo, estas cuestiones deberán ser abordadas en un estudio de mayor envergadura para poder completar el contexto de la visión innovadora en Puerto Vallarta.

Finalmente, es importante destacar que, para cuando el presente estudio estaba finalizando, el ITSPV anuncia el cierre del CEMCIV, siendo sustituido con otro organismo que desarrolla funciones centradas en la innovación o al menos nominalmente, sin embargo, no conserva al personal docente que participaba anteriormente en el CEMCIV, la estructura organizacional es diferente y su participación es desvinculada del ITSPV, lo que representa una detracción importante en los procesos mismos de generación, esto es, en el sistema de transferencia tecnológica; debido, sobre todo, por el alto nivel tácito que implica el proceso mismo.

Cerca de un año del cierre del CEMCIV, la supuesta modernización del organismo no ha dado los resultados esperados, lo que ha traído consecuencias de consideración, entre las cuales se destacan:

- La deficiente vinculación del ITSPV con su entorno inmediato. Uno de los principales objetivos del sistema de educación tecnológica es la vinculación con su zona de influencia, la cual debe ir más allá de abastecer de recursos humanos competentes, egresados, sino también generar las condiciones de desarrollo que esté en su competencia, alcance y áreas de interés.
- La baja en la disponibilidad de recursos. Esto genera un círculo vicioso, ya que no se pueden generar los recursos financieros para seguir apoyando el programa, siendo además una carga adicional al limitado presupuesto del que se dispone.
- Inestabilidad en los recursos tecnológicos. Como consecuencia del proceso de transferencia, los recursos humanos se consideran, para el presente caso, de carácter tecnológico.

Los esfuerzos de los organismos y fondos públicos deben dirigirse a la generación de una red integrada de servicios, recursos y conocimiento que facilite la gestión de la innovación (Laursen y Salter, 2006), no solamente al ejercicio de los recursos, ya que no existe un organismo capaz de auditar los resultados de Organismos Públicos Descentralizados, así como sus actividades para generar recursos propios. De esta forma se puede concluir que un sistema de transferencia tecnológica debiera estar integrado al proceso académico mismo de la investigación y desarrollo institucional de los diversos organismos del Tecnológico de México, sustituyendo el oneroso aparato generador de innovación que debieran soportar las pequeñas empresas centradas en servicios, por un sistema basado en la innovación procesual aplicada, el desarrollo tecnológico de infraestructura operativa, la documentación operativa y la innovación abierta.

Bibliografía

- Almeida, P. y Phene, A. (2004). Subsidiaries and Knowledge Creation: the Influence of the MNC and Host Country on Innovation. *Strategic Management Journal*, 25 (9), pp. 847-864.
- Appleyard, Melissa (1996). How does Knowledge Flow? Interfirm Patterns in the Semiconductor Industry. *Strategic Management Journal*, Winter Special Issue, Vol. 17, pp. 137-154.
- Bae, T., Shanshan, Q., Miao, C. y Flet, J. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneur intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 38(2), pp. 217-254.
- Beraza, J., y Rodríguez, A. (2010). Estructuras de intermediación para la transferencia de conocimiento universitario: las oficinas de transferencia tecnológica. *Propiedad Intelectual*, 9 (13), pp. 152-176.
- Birkinshaw, J., Hamel, G. y Mol, M. (2008). Management Innovation. *The Academy of Management Review*, 33(4), pp. 825-845.
- Carrillo, J. y Gaimon, C. (2004). Managing knowledge-based resource capabilities under uncertainty. *Management Science*, 50(11), pp. 1504-1518.
- Chatterji, A. y Fabrizio, K. (2014). Using users: when does external knowledge enhance corporate product innovation? *Strategic Management Journal*, 35(10), pp. 1427-1445.
- Fabrizio, K. y Thomas, L. (2012). The impact of local demand in a Global industry. *Strategic Management Journal*, 33(1), pp. 42-64.
- Gaimon, C. (1997). Planning information technology-knowledge worker system. *Management Science*, 43(9), pp. 1308-1328.
- Gibson, D. y Mahdjoubi, D. (2010). Diferentes aspectos de la transferencia de tecnología: Construyendo una red de transferencia de tecnología competitiva a nivel global. *Revista Galega de Economía*, 19 (1), pp. 1-12.
- Grant, Robert (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*. Winter Special Issue, Vol. 17, pp. 109-122.
- Greenwood, R., Li, S., Prakash, R. y Deephouse, D. (2005). *Organizational Science*, 16(6), pp. 661-673.
- Jacobson, N., Butterill, D. y Goering, P. (2005). Consulting as a strategy for technology transfer. *The Milbank Quarterly*, 83(2), pp. 299-321.
- Kenworthy, T. y McMullan, E. (2013). Finding practical knowledge in entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 37(5), pp. 983-997.

- Laursen, K. y Salter, A. (2006). Open for innovation: the role of openness in explaining innovation performance among U. K. manufacturing firms. *Strategic Management Journal*, 27(2), pp. 131-150.
- Makino, S., Isobe, T. y Chan, C. (2004). Does country matter? *Strategic Management Journal*, 25(10), pp. 1027-1043.
- Mars, M., Slaughter, S. y Rhoades, G. (2008). The State-sponsored student entrepreneur. *The Journal of Higher Education*, 79(6), pp. 638-670.
- Mills, P. y Margulies, N. (1980). Toward a core typology of service organizations. *The Academy of Management Review*, 5(2), pp. 255-265.
- Parra, L. y Fleitas, S. (2010). Incubación de proyectos para iniciativas empresariales en la universidad libre de Cali. *Revista Ingeniería Industrial*, 31(3), pp. 1-8.
- Rogers, E., Hall, B., Hashimoto, M., Steffensen, M., Speakman, K. y Timko, M. (1999). Technology transfer from university-based research centers: the University of New Mexico experience. *The Journal of Higher Education*, 70(6), pp. 687-705.
- Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO). Portal del organismo público estatal, disponible en: <http://sedeco.jalisco.gob.mx/>
- Spencer, J., Murtha, T. y Lenway, S. (2005). How Governments matter to new industry creation. *The Academy of Management Review*, 30(2), pp. 321-337.
- Van de Ven, A. (2005). Running in packs to develop knowledge-intensive technologies. *MIS Quarterly*, 29(2), pp. 365-377.
- Von Hippel, Eric, (1988). *The sources of innovation*. Nueva York: Oxford University Press.
- Von Hippel, Eric, (2005). *Democratizing innovation*. Londres: The MIT Press.
- Warnecke, Tonia (2013). Entrepreneurship and gender: an institutional perspective. *Journal of Economic Issues*, 47(2), pp. 455-463



EL CONTADOR PÚBLICO Y LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: UN ESTUDIO EXPLORATORIO.

*Lázaro Castillo Hernández¹, Gabriela María Farías Martínez², Jesús Lavín Verastegui³, Norma
Angélica Pedraza Melo⁴*

¹*Centro de Innovación y Transferencia del Conocimiento-Universidad Autónoma de Tamaulipas.
Centro Universitario ñAdolfo López Mateosö C.P. 87149, Teléfono 834 318-18-00 ext. 2493,
Ciudad Victoria, Tamaulipas. lcastilloh@uat.edu.mx. Nacionalidad Mexicana.*

²*Escuela de Negocios, Humanidades y Ciencias Sociales-Instituto Tecnológico de Monterrey,
Campus Monterrey.
Avenida Eugenio Garza Sada 2501 Sur, Colonia Tecnológico, C.P. 64849, Teléfono 83-58-20-00
ext. 4315, Monterrey, Nuevo León. gabriela.farias@itesm.mx Nacionalidad Mexicana.*

³*Centro de Innovación y Transferencia del Conocimiento-Universidad Autónoma de Tamaulipas.
Centro Universitario ñAdolfo López Mateosö C.P. 87149, Teléfono 834 318-18-00 ext. 2493,
Ciudad Victoria, Tamaulipas. jelavin@uat.edu.mx Nacionalidad Mexicana.*

⁴*Centro de Innovación y Transferencia del Conocimiento-Universidad Autónoma de Tamaulipas.
Centro Universitario ñAdolfo López Mateosö C.P. 87149, Teléfono 834 318-18-00 ext. 2493,
Ciudad Victoria, Tamaulipas. napedraza@uat.edu.mx Nacionalidad Mexicana.*

*Fecha de envío: 20/Marzo/2015
Fecha de aceptación: 13/Mayo/2015*

Resumen

En el presente documento se estudió el proceso de la gestión del conocimiento en organizaciones públicas y privadas de Cd. Victoria, Tamaulipas y Monterrey Nuevo León, para lo cual se elaboró un instrumento que fue aplicado a integrantes del Colegio de Contadores Públicos de Cd. Victoria e Instituto de Contadores Públicos de Nuevo León. Se identificó que las empresas se preocupan por adquirir y aplicar el conocimiento necesario para realizar sus actividades cotidianas, buscan los medios de adquirirlo y con ello estar en condiciones de aplicarlo a la organización, pero carecen de medios de almacenamiento adecuados que les permitan resguardar el conocimiento organizacional, por lo cual se debe trabajar en estrategias que promuevan la gestión del conocimiento, además de instaurar mecanismos formales que permitan que todos los integrantes de las organizaciones cuenten con la posibilidad de compartir su *know how*, procedimientos, procesos y prácticas.

Palabras clave: contador público, gestión del conocimiento, organización privada, organización pública.

Introducción

La organización tradicional suele ser contemplada como una entidad que adquiere el conocimiento de personal especializado. Sin embargo, cada vez resulta más obvio que la empresa moderna debe facilitar el entorno y los medios adecuados para que se pueda desarrollar una correcta gestión del conocimiento, produciendo de esta manera resultados de utilidad para la organización. La gestión del conocimiento tiene un objetivo implícito el cual implica la reducción de la dependencia que la organización tiene al respecto del conocimiento que poseen los individuos que forman parte de ella.

Para esta investigación, la gestión del conocimiento como parte integrante del capital intelectual se conceptualiza como la administración eficiente de los intangibles que permiten generar soluciones, innovación y valor a la organización. En este sentido se conforma un proceso de gestión del conocimiento con las siguientes fases: identificar, adquirir, crear, almacenar, compartir, aplicar y medir (Teece,1998; Spender 1996; Donate y Guadamillas,2010; Calabrese y Orlando, 2006; Tikhominova, *et al.*, 2008; Sheffield ,2008; Fugate *et al.*, 2009; Huang y Shih,

2009; Mirelles y Puerta, 2009; Arzola y Sifones, 2010), Wiing, 1993; Bahtt, 2000; Pérez, Leal, Barceló y León, 2013).

Identificada la importancia que reviste la gestión del conocimiento para las organizaciones públicas y privadas, se consideró relevante abordar la gestión del conocimiento desde la perspectiva de la Contaduría Pública, el trabajo se desarrolló con apoyo de los integrantes del ICPNL y del Colegio de Contadores Públicos de Cd. Victoria, Tamaulipas.

Los resultados no arrojan diferencias significativas en cuanto al proceso de gestión del conocimiento que realizan los Contadores Públicos, más bien se observa una homogeneidad, presentándose un proceso de gestión del conocimiento con oportunidades de desarrollo y crecimiento donde se identifican dos fases principales del proceso: la adquisición y aplicación del conocimiento.

Por su parte el profesional contable es un profesional preparado para las exigencias y requerimientos que el medio le solicita y que le permite realizar actividades como gestor del conocimiento, lo anterior dadas las características de su profesión y de la información que maneja.

Marco teórico

Capital intelectual

Según Lev (2001), afirma que el término capital intelectual ha sido ampliamente utilizado en la literatura, en la contable se le conoce como recursos intangibles, en la teoría económica como activos de conocimiento y en el sector empresarial se le denomina capital intelectual, conceptos que se abordan en la tabla 1.

En resumen el capital intelectual está conformado por todos los recursos intangibles (Edvinsson y Malone, 1999; Roos y Roos, 1997) y por sus interconexiones (Bontis, 1998; Roos, Roos, Dragonetti y Edvinsson, 2001), considerando como recursos a todos aquellos factores que contribuyen a la generación de valor para la empresa y que se encuentran, de forma más o menos directa, bajo el control de la misma (Bontis et al., 1999).

Tabla 1. Conceptualización de capital intelectual.

Autor	Concepto
Bradley (1997)	Capacidad para transformar el conocimiento y los activos intangibles en recursos que crean riqueza tanto en las empresas como en los países
Edvinsson y Sullivan (1996)	Es aquel conocimiento que puede ser convertido en un beneficio futuro y que se encuentra formado por recursos tales como las ideas, los inventos, las tecnologías, los programas informáticos, los diseños y los procesos
Stewart (1991)	Es todo aquello que no se pueda tocar pero que puede hacer ganar dinero a la empresa
Lev (2001)	Son aquellos que pueden generar valor en el futuro, pero que, sin embargo, no tienen un cuerpo físico o financiero.
Euroforum, (1998)	Conjunto de activos de una empresa que pese a no estar reflejados en los estados financieros tradicionales, generan o generarán valor en el futuro para la misma
Unión Fenosa (1999)	conjunto de elementos intangibles que potencian sustancialmente la capacidad que tiene la organización para generar beneficios en el presente y, lo que es más importante, en el futuro
Dierickx y Cool (1989)	Es simplemente el stock de conocimiento en la empresa
Robinson y Kleiner (1996)	Se encuentra formado por los conocimientos, las habilidades, la experiencia, los sistemas de información, la propiedad intelectual, las estructuras organizativas
Roos, Bainbridge y Jacobsen, (2001)	Es la suma del conocimiento de sus miembros y de la interpretación práctica del mismo
Wiig (1997)	Recursos que son creados a partir de actividades intelectuales y que van desde la adquisición de nuevo conocimiento o los inventos a las relaciones con los clientes.

Fuente: Elaborado a partir de autores citados

En los últimos años existe cierto consenso en, como se puede observar el capital intelectual, clasificándolos en tres componentes: el capital humano, el capital estructural y el capital relacional (Bontis, 2002; Petty y Guthrie, 2000; Ordóñez de Pablos, 2002, 2003; Roos et al., 2001; Viedma Martí, 2001).

En este contexto es relevante el control y administración del capital intelectual sobre todo el representado por el conocimiento ya que es el activo que presenta más dificultades en cuanto a su

control por contenerse y desarrollarse dentro del ser humano, es por ello la necesidad e importancia de gestionar el conocimiento a través de sus procesos y dentro de las organizaciones así como entre su capital humano.

La gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento se encarga de la administración de ese intangible tan apreciado que se encuentra en las organizaciones y en sus integrantes, debido a lo novedoso del término y variedad de enfoques, existe un sinnúmero de definiciones (tabla 2) de diferentes autores pertenecientes a contextos y tiempos distintos (Saint-Ouge, 1996; Tejedor y Aguirre, 1998; Lavenport y Klahr, 1998; Bueno, 1999; Sarvary, 1999; Corral, *et al.*, 2010; Nieves y León, 2001; Rodríguez, *et al.*, 2001).

Tabla 2. Conceptualización de la gestión del conocimiento.

Autor	Concepto
Saint-Ouge (1996: 45)	Es la habilidad de desarrollar, mantener, influenciar y renovar los activos intangibles llamados capital de conocimiento o capital intelectual.
Tejedor y Aguirre (1998)	El conjunto de procesos que permiten utilizar el conocimiento como factor clave para añadir y generar valor.
Lavenport y Klahr (1998: 195)	Es el proceso sistemático de buscar, organizar, filtrar y presentar la información con el objetivo de mejorar la comprensión de las personas en una específica área de interés.
Bueno (1999:17)	La función que planifica, coordina y controla los flujos de conocimientos que se producen en la empresa en relación con sus actividades y su entorno con el fin de crear unas competencias esenciales.
Sarvary (1999: 107)	Es el arte de crear valor con los activos intangibles de una organización.
Nieves y León (2001)	Proceso constante de identificar, encontrar, clasificar, proyectar, presentar y usar de un modo más eficiente el conocimiento y la experiencia de negocio, acumulada en la organización.
Rodríguez, <i>et al.</i> , (2001)	Es la planificación, organización, coordinación y control de las actividades que lleven a la captura, creación y difusión del conocimiento en la empresa u otro tipo de organización de una manera eficiente.
Corral, <i>et al.</i> , (2010)	La gestión se encuentra en la capacidad de planear, administrar y transferir eficientemente el conocimiento hacia un propósito definido, aspecto que no siempre sucede por la complejidad del proceso.

Fuente: Elaborado a partir de autores citados.

Por lo que cabe precisar que para esta investigación, la gestión del conocimiento se conceptualiza como la administración eficiente de los intangibles que permiten generar soluciones, innovación y valor a la organización. Posterior a la revisión bibliográfica realizada, se infiere que gran parte de las contribuciones teóricas y empíricas realizadas a la gestión del conocimiento, parten de la idea de analizar a las empresas en base a los conocimientos que poseen sus integrantes. En ese sentido, Nonaka (1991); Hendlund y Nonaka (1993); Garud y Navyar (1994); Nonaka y Takeuchi (1995) y Zander y Kogut (1995), señalan que las organizaciones deberían ser estudiadas a través de sus procesos internos, es decir, desde cómo crean, transfieren y utilizan el conocimiento para la generación sostenida de la innovación.

Investigaciones más recientes, como las desarrolladas por Sánchez (2001), Bueno (2002) y algunos otros como Zollo y Winter (2002), han tratado de identificar y contextualizar el proceso de la gestión del conocimiento, con la finalidad de contar con una plataforma para identificar y proponer modelos para gestionar este activo y medirlo, aun así, la base de sus propuestas teóricas toman como referente el modelo de Nonaka y Takeuchi (1995), quienes son considerados dentro de los precursores más importantes en el tema.

Como se puede apreciar, el conocimiento y su gestión residen en el capital humano de la organización. Las empresas recientemente han tomado conciencia que gran parte de su riqueza no son sus inventarios o bienes materiales; sino, que sus beneficios futuros se encuentran en función de los conocimientos que poseen sus integrantes y en su capacidad de generar valor (Collison y Parcel, 2001; Sullivan, 2001).

Para los alcances de esta investigación, se consideró importante el estudio de la gestión del conocimiento respecto a su proceso o ciclo de gestión del conocimiento, para el estudio de este

fenómeno en la contaduría pública (León, Ponjuán y Rodríguez, 2006; León, Castañeda y Sánchez, 2007; Angulo y Negron, 2008).

Autores como Arostegi (2004), identifica cinco fases del citado proceso, que son: capturar, elaborar, transmitir, almacenar y compartir conocimiento; Baptista *et al.*, (2006), define cuatro: capturar, almacenar, compartir y distribuir conocimiento. Seis son las etapas propuestas por Calabrese y Orlando (2006), descubrir, capturar, codificar, validar, transferir y convertir la información accionable en conocimiento. Asimismo, otros autores observan la gestión del conocimiento como un proceso de identificación y captura, creación, clasificación y almacenamiento, circulación y distribución, aplicación de conocimiento (Tikhomirova *et al.*, 2008) o, creación, normalización y, aplicación de conocimiento (Sheffield, 2008).

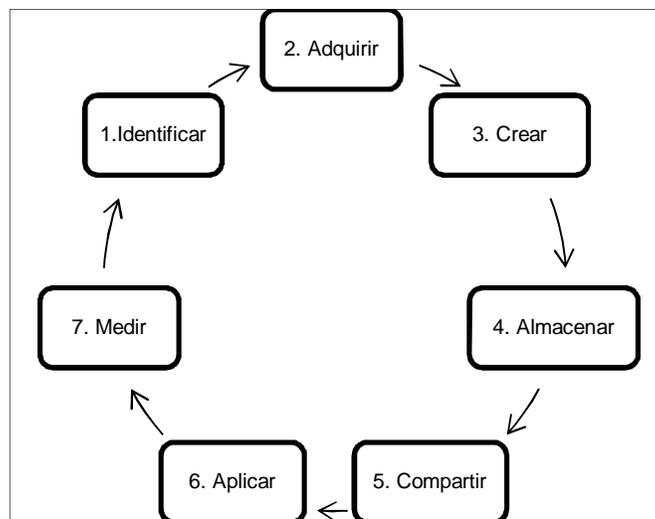
En la presente investigación se identificó una variedad de etapas mostradas en el proceso de gestión del conocimiento, con más coincidencias que diferencias desde los autores consultados (Wiing, 1993; Teece, 1998; Baht, 2000; Spender 1996; Calabrese y Orlando, 2006; Tikhominova, *et al.*, 2008; Sheffield, 2008; Fugate *et al.*, 2009; Huang y Shih, 2009; Mirelles y Puerta, 2009; Arzola y Sifones, 2010; Donate y Guadamillas, 2010; Pérez, Leal, Barceló y León, 2013).

Por tal razón y con el objetivo de estudiar las fases que componen la gestión del conocimiento (Rodríguez, 2006; Angulo y Negrón, 2008), se realizó un análisis para concentrar, las fases o etapas propuestas, según las posturas de los principales autores consultados, que dio lugar a la determinación de siete etapas principales (figura 1), que son la base precisamente para estudiar el proceso de gestión del conocimiento en las organizaciones públicas y privadas objeto de análisis en esta investigación.

El proceso de la gestión del conocimiento determinado en función de la revisión de literatura tiene su origen a partir de las fases denominadas identificar, seguida de adquirir, crear, almacenar, compartir, aplicar y por último medir el conocimiento (figura 1).

Fase 1. Identificar. Dentro del proceso de gestión del conocimiento, la identificación (Wiing, 1993; Pavez, 2000; González, Castro y Roncallo, 2004; Arzola y Sifones, 2010; Pérez, Leal, Barceló y León, 2013), hace referencia a reconocer las fuentes de conocimiento internas de la organización a nivel individual y de cada división o departamento. Así mismo es importante considerar que dicha información esté disponible para toda la entidad, una manera de lograrlo es la elaboración de una base de datos o catálogo de conocimientos, habilidades y destrezas de los integrantes de la organización.

Figura 1. Proceso de gestión del conocimiento para la presente investigación.



Fuente: Elaboración a partir de: Wiing, (1993), Spender (1996), Teece (1998), Baht (2000), Calabrese y Orlando (2006), Sheffield (2008), Tikhominova, *et al.*, (2008), Fugate *et al.*, (2009), Huang y Shih (2009), Mirelles y Puerta (2009), Arzola y Sifones (2010), Donate y Guadamillas (2010), Pérez, Leal, Barceló y León (2013).

Fase 2. Adquirir. Una vez que la entidad identificó sus recursos internos, es importante que ese mismo conocimiento se pueda adquirir por otros integrantes. Sin embargo, también es necesario que considere lo que sucede en su entorno, respecto de las mejores prácticas, así como aquellos conocimientos y capacidades que no posee pero que igualmente requiere para conseguir sus intenciones. Mismos que puede adquirir de otras organizaciones, a través de contratación de servicios o alianzas estratégicas, por mencionar algunas estrategias (Leonard, 1995; OCDE, 2003; Míreles y Puerta, 2009; Arzola y Sifones, 2010; Pérez, Leal y Barceló, 2013; García, Pelechano y Navas, 2007).

Fase 3. Crear. La mayoría de los autores consultados coinciden en la pertinencia de la fase de creación del conocimiento (Wiing, 1993; Spender, 1996; Teece, 1998; Baht, 2000; Calabrese y Orlando, 2006; Sheffield, 2008; Tikhominova, *et al.*, 2008; Fugate *et al.*, 2009; Huang y Shih, 2009; Míreles y Puerta, 2009; Arzola y Sifones, 2010; Donate y Guadamillas, 2010; Pérez, Leal, Barceló y León, 2013), donde es importante identificar las herramientas que más funcionen para su desarrollo, como redes, tutorías, asesorías, etc., así como la necesidad de privilegiar un ambiente favorable para la generación y seguimiento de nuevas ideas que produzcan innovación y soluciones.

Fase 4. Almacenar. Es conocido que si no es posible retener los conocimientos, éstos se perderán. Por lo tanto muchos de los autores coinciden en la necesidad de que éstos se incorporen, y resguarden en la organización, esto requiere implementar la administración documental, para facilitar su consulta y transferencia (Leonard, 1995; De Long, 1997; OCDE, 2003; Arostegui, 2004; González, Castro y Roncallo, 2004; Baptista *et al.*, 2006; Calabreste y Orlando, 2006; Tikhomirova *et al.*, 2008; Huang y Shih, 2009; Arzola y Sifones, 2010; Dónate y Guadamillas, 2010; Pérez, Leal, Barceló y León, 2013).

Fase 5. Compartir. Existe consenso (Wiing, 1993; Bahtt, 2000; Arostegui, 2004; Baptista *et al.*, 2006; Tikhominova *et al.*, 2008; Fugate *et al.*, 2009; Dónate y Guadamillas, 2010; Pérez, Leal, Barceló y León, 2013), en que se requiere diseminar el conocimiento (que ya ha sido identificado y almacenado) para alcanzar su asimilación y a su vez la generación de nuevo conocimiento. Este proceso brinda mayores beneficios si ocurre de forma sistemática, por lo que la organización requiere establecer y hacer uso de herramientas y procedimientos adecuados para lograrlo.

Fase 6. Aplicar. Muchos autores coinciden que llevar a cabo las fases anteriores, por sí solas generará beneficios para la organización. Sin embargo, otros mencionan que es necesario aplicar el conocimiento en la atención de problemáticas y necesidades, porque es entonces, cuando se añade valor a la empresa (Spender, 1996; De Long, 1997; Pavez, 2000; González, Castro y Roncallo, 2004; Tikhominova *et al.*, 2008; Sheffield, 2008; Huang y Shih, 2009; Míreles y Puerta, 2009; Arola y Sifones, 2010; Dónate y Guadamillas, 2010; Pérez, Leal, Barceló y León, 2013). En esta etapa también son fundamentales, la implementación de políticas y cultura organizacional que incidan en el uso que se da al conocimiento.

Fase 7. Medir. Finalmente, se consideró necesaria la inclusión de la etapa de medición, aunque es referida en menor número de investigaciones (Bahtt, 2000; León, Ponjuan y Rodríguez, 2006; Pérez, Leal, Barceló y León, 2013) mediante ésta, se permite conocer el comportamiento del conocimiento y en qué medida cumple su propósito de generar valor a la organización.

El Contador Público como gestor del conocimiento.

Para concluir con la teoría del conocimiento es conveniente comentar que de acuerdo con Davenport y Prusak (1998), las funciones o procesos de la Gestión del Conocimiento deben ser

atribuidas a los expertos de este saber (*CKO-Chief Knowledge Officer*), esto es, personas capaces de comprender toda la problemática del conocimiento así como de sus procesos.

El papel que juega la figura mencionada anteriormente en general se le conoce como Gestor del Conocimiento (indistintamente denominado también como *Knowledge Manager* o Ingeniero del Conocimiento o Trabajador del Conocimiento) adicionalmente dentro de las funciones de esta figura se encuentran la administración de las fases del proceso de gestión del conocimiento.

El gestor del conocimiento es también responsable de construir y organizar los activos conceptuales de la empresa en bases de conocimiento. Es por ello que el Contador Público puede fungir como un gestor del conocimiento dado que en su profesión recae la responsabilidad del manejo de la información no solo generándolo, sino administrando y aplicándolo conforme a las necesidades organizacionales.

Método

La investigación realizada corresponde al enfoque cuantitativo, debido que se recabó la información mediante cuestionario en versión electrónica mediante apoyo de una herramienta denominada Qualtrics Survey Solutions y los datos fueron analizados aplicando análisis factorial, Alpha de Cronbach y estadística descriptiva. Su diseño es no experimental y transversal. La información se recopiló entre los meses de Noviembre 2014 a Enero 2015 y se apoyó el análisis mediante el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 20.

Las unidades de análisis están conformadas por organizaciones del sector público y privado (Nieves y León, 2001; León, Castro y Roncallo, 2004; Pacheco, 2004; Arostegui, 2005) establecidas en ciudad Victoria y Monterrey. Dentro de las cuales se identificó al informante clave de la organización, siendo el Contador Público, por medio de quien se obtuvo información relativa al proceso de gestión del conocimiento, los cuestionarios respondidos sumaron 62 en total, por lo anteriormente expuesto se considera un estudio exploratorio no probabilístico a conveniencia.

Se diseñó y aplicó un cuestionario para evaluar la gestión del conocimiento en organizaciones del sector público y privado. El instrumento se integró por dos secciones, la primera se refiere a datos generales e identificación (12 ítems) y la segunda corresponde cuestionamientos para valorar el proceso de gestión del conocimiento (35 ítems) con una escala tipo likert de cinco puntos (1 muy en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 neutral, 4 de acuerdo y 5 muy de acuerdo).

El cuestionario en mención, se elaboró a partir de revisión de literatura, que dio lugar al desarrollo de un instrumento de 73 ítems, el cual, con apoyo de expertos en el tema, fue depurado, obteniendo finalmente 35 ítems, que comprenden las fases del proceso de gestión del

conocimiento conceptualizadas para esta investigación (identificar, adquirir, crear, almacenar, compartir, aplicar y medir).

Se determinó la confiabilidad y validez del cuestionario, para el primer punto, se calculó el Alpha de Cronbach, obteniendo dentro de la escala completa un .963, que es un valor muy adecuado para la consistencia interna, (la teoría indica que el Alpha debe ser mayor a .70; Nunnally, 1978).

Para continuar con la valoración de la escala, se aplicó la técnica de análisis factorial exploratorio mediante componentes principales y rotación varimax. Con ello se analizaron las dimensiones (fases de gestión del conocimiento) estudiadas para ratificar lo manifestado en la revisión literaria (Hernández, *et al.*, 2010). Se obtuvieron en la primer corrida un KMO de .751, Ch-cuadrado 2302.276 y sig de .000, se identificó que de los 35 ítems que evalúan la gestión del conocimiento, se conservaron 28 con una carga factorial adecuada (superior a .70 para un tamaño muestral de 62, según Hair, Anderson, Tatham y Black, 2008) en siete dimensiones que explicaron el 77.11% de la varianza. En donde además el valor de KMO por cada factor determinado con el AFE⁶, muestra resultados aceptables, además con la finalidad de caracterizar a los informantes clave (Contadores Públicos) y a las organizaciones en las cuales prestan sus servicios preponderantemente se utilizó estadística descriptiva.

⁶ Siglas que hacen referencia al Análisis Factorial Exploratorio

Resultados

Las organizaciones públicas y privadas objeto del presente análisis se ubican en ciudad Victoria, Tamaulipas y Monterrey, Nuevo León, México, y se clasifican conforme a los sectores industrial (13%), comercial (17%) y de servicios (70%). Se identificó que los informantes clave en mayor grado son hombres (63%) y porcentaje restante mujeres (37%).

Respecto a su edad, el 31% de la totalidad representa entre Contadores Públicos con más de 50, el 18% se encuentra en el rango de entre 42 y 49, con un 21% se encuentran sujetos de entre 26 y 33, con un 19% profesionales entre 34 y 41, finalmente con un 11% representando los más jóvenes con un rango entre 18 y 25. Respecto al cargo desempeñado en su mayoría con un 37% ocupan un puesto Directivo, siguiéndole con un 35 % los cargos gerenciales, y en menor grado pero no menos importante el puesto operativo o de supervisión que se encuentra integrado por el 28% de los encuestados.

En cuanto a experiencia profesional se refiere, el 26% de los informantes indican que cuentan con más de 31 años de experiencia, seguidos por el 21% que menciona contar entre 0 y 5 años, el 16% manifestó una experiencia contable entre 6 y 10 años, el 14% refiere un promedio entre 21 y 25, y el 16% restante entre 11 y 20 años de experiencia como profesional contable.

Los informantes clave en su mayoría manifestaron laborar para la empresa privada (51%), 24% de manera independiente mediante despacho, el 14% presta sus servicios para el sector gobierno, y por ultimo con un 11% se identifican a Contadores Públicos que laboran dentro del ámbito universitario, según resultados de la información recabada en la presente investigación.

En el presente estudio se confirman las siete dimensiones (fases: identificar, adquirir, crear, almacenar, compartir, aplicar y medir), para evaluar la gestión del conocimiento en empresas del sector público y privado, las cuales coincidieron con las identificadas al revisar la teoría

disponible sobre el tema (Wiing, 1993; Spender, 1996; Teece, 1998; Baht, 2000; Calabrese y Orlando, 2006; Sheffield, 2008; Tikhominova, *et al.*, 2008; Fugate *et al.*, 2009; Huang y Shih, 2009; Mirelles y Puerta, 2009; Arzola y Sifones, 2010; Donate y Guadamillas, 2010; Pérez, Leal, Barceló y León, 2013); en general las fases de la gestión del conocimiento para las organizaciones de Cd. Victoria, Tamaulipas concuerdan con los estudios de Arzola y Sifones (2010).

Basado en una escala de Likert donde 1 representó la opción muy en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 neutral, 4 de acuerdo y 5 muy de acuerdo; para efectos de esta investigación el promedio obtenido que osciló de 1 a 3.5, se consideró como actividades de GC débiles o focos rojos que la organización debe atender, y por otro lado las medias de 3.6 a 5 se consideran favorables.

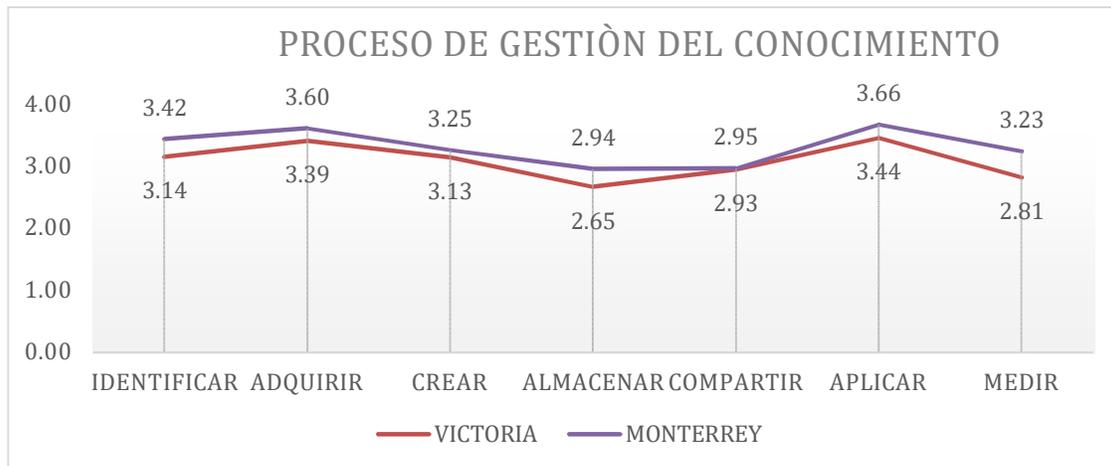
Como resultado del análisis realizado de la gestión del conocimiento en las empresas del sector público y privado ubicadas en ciudad Victoria Tamaulipas Monterrey, Nuevo León, se obtuvo una media general de 3.18, que de acuerdo a lo considerado en el estudio no es un promedio aceptable sobre la GC. Al analizar el comportamiento de las medias por cada una de las fases identificadas, así como por los ítems que las componen, se encontraron debilidades, en las fases de gestión del conocimiento a excepción de la adquisición y aplicación del conocimiento.

La fase de identificar (grafica 1), obtuvo una media general de 3.28, dato que refleja un área de oportunidad para el estudio. Los informantes expresan la importancia de las actividades de esta etapa, permitiéndose determinar los conocimientos de los integrantes de la organización y su ubicación de este activo intangible en sus entidades, resultado que coincide con lo determinado por Wiing (2000).

Por su parte la fase de adquirir muestra una media de 3.50, siendo la segunda dimensión de más alta valoración por los encuestados. Esta etapa hace énfasis en la importancia de que el conocimiento en las organizaciones se adquiere por medio de las mejores prácticas con la industria; de reuniones, cursos, de los propios manuales, consultores, competencia, proveedores, clientes, gobierno y las universidades. Estos hallazgos concuerdan con los estudios de Arzola y Sifones (2010) así como con Ramos (2007); quienes contemplan la fase de adquisición una opción rápida y concisa para hacerse llegar de conocimiento.

Pero es de importancia señalar que la fase de adquisición cuenta con un mayor peso en Monterrey Nuevo León que en Cd. Victoria, contando Monterey con una media aceptable en esta fase que contrasta totalmente con la capital Tamaulipeca.

Grafica 1. Medias de las fases de la gestión del conocimiento.



Fuente: Elaboración autores.

La fase de la creación de conocimiento, no es una de las fortalezas de las organizaciones victorenses y regias, aunque refleja una media general de 3.19, lo cual no es suficiente, se observa que contiene ítems de bajo peso, correspondiente a debilidades en aspectos como alianzas y redes con otras organizaciones sobre todo en las organizaciones ubicadas en Cd.

Victoria; así como bajo nivel de actividades que apoyan la creación de nuevos conocimientos como rotación de puestos, tutorías y asesorías dentro de las organizaciones. Sin embargo es de importancia resaltar que procuran actualizar procedimientos y procesos que apoyan al desarrollo del conocimiento (3.53). Estudios de Huang y Shih, (2009); Wiing, (2000) y Tikhomirova *et al.*, (2008) refuerzan los resultados obtenidos para las organizaciones objeto de estudio.

El almacenamiento es una de las etapas más importantes de la GC (Leonard, 1995; De Long, 1997; OCDE, 2003; Arostegui, 2004; González, Castro y Roncallo, 2004; Baptista *et al.*, 2006; Calabreste y Orlando, 2006; Tikhomirova *et al.*, 2008; Huang y Shih, 2009; Arzola y Sifones, 2010 Dónate y Guadamillas, 2010; Pérez, Leal, Barceló y León, 2013). En este estudio, precisamente esta fase presenta una media de 2.80, dato que señala una fuerte debilidad en la GC de las organizaciones estudiadas, los ítems de bajo peso en esta etapa refieren a que no existen bases de datos y mecanismos formales que apoyen el almacenamiento del conocimiento identificado, adquirido o creado por las organizaciones; es decir el Contador Público se preocupa por almacenar y salvaguardar activos corpóreos dejando de lado los intangibles como el conocimiento y sus diversas clasificaciones, pero si se comienzan a dar los primeros pasos en el almacenamiento del conocimiento a manera de manuales y procedimientos dentro de las organizaciones donde colaboran preponderantemente.

La fase de compartir el conocimiento, presentó una media general de 2.94, ello refleja una compartición del conocimiento hacia el interior de la organización, interactuando aisladamente con el exterior, algunas de las observaciones a esta fase es que el conocimiento generado por el profesional de la contaduría pública es utilizado de manera interna y solo para fines de toma de decisiones, por lo cual este no debe salir más allá de las fronteras organizacionales. Este resultado contrasta con los estudios realizados por González, Castro y Roncallo (2004), quienes

diagnosticaron la GC en una empresa colombiana, y encontraron valores superiores a 4 en esta etapa del proceso. Cabe señalar que en esta fase, los aspectos débiles refieren a la baja operación de estrategias organizacionales para compartir el conocimiento de manera interna (media de 2.98), seguida de insuficiente difusión de información y procedimientos (3.47); así como escasos mecanismos que garanticen que el conocimiento sea compartido por los integrantes de la organización (3.20) y a su vez que este sea utilizado para la correcta toma de decisiones.

La fase de aplicabilidad del conocimiento, es una preocupación general de quien coordina el proceso de gestión del conocimiento (Spender, 1996; De Long, 1997; Pavez, 2000; González, Castro y Roncallo, 2004; Tikhominova *et al.*, 2008; Sheffield, 2008; Huang y Shih, 2009; Míreles y Puerta, 2009; Arzola y Sifones, 2010; Dónate y Guadamillas, 2010). Para las organizaciones victorenses y regias sujetas a este estudio, la aplicación del conocimiento es de gran importancia, y su análisis mostró una media de 3.55, la más alta del proceso de GC. Dentro de esta fase solo se identificó un ítem con bajo peso refiriéndose a que la organización no toma en cuenta las recomendaciones de sus integrantes, sino que el profesional contable toma las decisiones en torno a la información financiera resultado de su trabajo. Estos datos contrastan con los resultados de González, Castro y Roncallo (2004), quienes ubican una media de 3.77, pero que coinciden en la necesidad de contar con un conocimiento suficientemente robusto para aplicarlo y generar valor a la organización.

Las fases anteriormente expresadas muestran un proceso de gestión que no puede estar completo sin la fase de medición, es por ello la importancia de su análisis en esta investigación. Esta etapa mostró una media de 3.02, lo que demuestra debilidad dentro del proceso de GC de la contaduría pública. Por ejemplo dentro de las actividades con baja calificación se señala la

ausencia de una herramienta para medir el conocimiento organizacional, este resultado se ve reflejado en estudios semejantes como los desarrollados por Pérez, Leal, Barceló y León (2013), quienes obtienen una valorización débil en esta fase.

Conclusiones

Las actividades de gestión del conocimiento para las organizaciones públicas y privadas de Cd. Victoria, Tamaulipas y Monterrey Nuevo León, desde el punto de vista del Contador Público representan un área de oportunidad dentro de la profesión contable.

El proceso de la gestión del conocimiento determinadas para esta investigación (identificar, adquirir, crear, almacenar, compartir, aplicar y medir), identifican que las organizaciones donde prestan sus servicios de manera preponderante los Contadores Públicos, más que nada se preocupan por adquirir y aplicar el conocimiento para una correcta toma de decisiones, cabe resaltar que el conocimiento es generado de manera interna y al igual se comparte a nivel usuario interno y en segundo lugar interesados externos.

Su conocimiento es compartido de manera interna, no se cuenta con un control del conocimiento (activo intangible) almacenado y mucho menos se encuentra cuantificado, el conocimiento es el capital más valioso de las organizaciones que día a día al finalizar la jornada se va de la empresa y regresa al día siguiente o al menos eso es lo que se espera que suceda.

A este respecto, se debe trabajar en estrategias que incentiven y promuevan la compartición del conocimiento, además de instaurar mecanismos formales que permitan que todos los integrantes de las organizaciones estén en posibilidad de compartir su *know how*, procedimientos, procesos, prácticas y conocimiento en general, en este contexto el conocimiento se encuentra tanto en productos tangibles e intangibles dentro de las organizaciones, pero su esencia se encuentra en el ser humano.

Lo anterior representa un potencial para las organizaciones, pues en ocasiones este valioso intangible se queda en la mente del individuo que lo genera. Si no se documenta ni se transfiere, no se capitaliza, no se mide y por lo tanto no existe, de ahí la dificultad de gestionar el

conocimiento en cuanto a planearlo, administrarlo y transferirlo eficientemente hacia un propósito definido, aspecto que no siempre sucede por la complejidad del proceso, organización y la preparación del individuo o individuos que lo gestionan.

En síntesis la gestión del conocimiento para las organizaciones ubicadas en Cd. Victoria, Tamaulipas y Monterrey, Nuevo León, desde el punto de vista del profesional de la contaduría pública se caracteriza por contar con un proceso de gestión del conocimiento de dos fases denominadas: adquisición y aplicación del conocimiento.

La gestión del Conocimiento es un término que resulta difícil explicar, ya que es un concepto que se encuentra en las mentes de los empleados, y que se comparte principalmente por medio de la expresión oral y escrita, es por ello la conveniencia de crear el ambiente propicio para que el conocimiento sea gestionado correctamente y pueda crear valor a partir de su gestión. Para crear los medios necesarios, es importante realizar acciones e identificar un gestor del conocimiento dentro de las organizaciones, para el Contador Público es la oportunidad perfecta de desarrollar sus habilidades ya que cuenta con el prestigio y habilidades necesarias para lograrlo.

En esencia, el proceso de gestión del conocimiento dentro de las organizaciones públicas y privadas de Cd. Victoria, Tamaulipas y Monterrey Nuevo León, desde el punto de vista del Contador Público, es bastante homogéneo, dado que se infiere que debido a su formación contable realizan prácticas organizacionales muy similares, cuentan con variaciones mínimas ocasionadas por el tamaño de las empresas y diferencias del mercado en el que participan las organizaciones.

Bibliografía

- Angulo, E. y Negrón, M. (2008) Modelo holístico para la gestión del conocimiento. *Revista científica electrónica ciencias gerenciales*, 11 (4), 38-51.
- Arostegi, A. (2004). La gestión del conocimiento en la gestión pública. *Compartir, cooperar y competir. Cuadernos de Gestión*, 4 (2) ,121-124.
- Arzola, M. y Sifones, J. (2010). Modelo para la gestión de conocimiento en el sector de consultoría independiente. *Revista Espacios*, 31 (4), 1-6.
- Baptista, M., Annansingh, F., Eaglestone, B. y Wakefield, R. (2006). Knowledge management issues in knowledge-intensive SMEs. *Journal of Documentation*. 62, (1), 101-119.
- Bontis, N. (1996). There is a price on your head: managing intellectual capital strategically, *Business Quaterly*, verano, 41-47.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and models, *Management Decision*, 36 (2), 63-76.
- Bontis, N. (1999). Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field, *International Journal of the Technology Management*, 18 (8), 433-462.
- Bontis, N. (2001). Assesing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital, *International Journal of Management Reviews*, 3 (1), 41-60.
- Bontis, N. (2002). National intellectual capital index: Intellectual capital development in the Arab Region, Institute for Intellectual Capital Research, Ontario.
- Bontis, N., Chua, W.C. y Richardson (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries, *Journal of Intellectual Capital*, 1 (1), 85-100.
- Bontis, N., Crossan, M. y Hulland, J. (2002). Managing an organizational learning system by aligning stocks and flows, *Journal of Management Studies*, 39 (4), 437-469.
- Bontis, N., Dragonetti, N. C., Jacobsen, K., y Roos, G. (1999). The knowledge toolbox: a review of tools available to measure and manage intangible resources, *European Management Journal*, 17 (4), 391-402.
- Bradley, K. (1997). Intellectual capital and the new wealth of nations, *Business Strategy Review*, 8 (1), 53-62.
- Bueno, E. (2000). Capital intelectual; cuenta y razón. Documento presentado en el Curso de Verano Valoración de Empresas y Medición de Intangibles, realizado en San Lorenzo de El Escorial, septiembre de 2000.
- Calabrese, F. y Orlando, C. (2006). Knowledge Organizations in the Twenty-First Century. Deriving a 12-step process to create and implement a comprehensive knowledge management system. *VINE: The journal of information and knowledge management systems*, 36 (3), 238-254.
- Collison, C. y Parcell, G. (2001). La gestión del conocimiento. Paidós. España
- Davenport, T.H. y Prusak, L. (1998). *Working Knowledge: How Organizations Manage what They Know*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- De Long, D. (1997). Building the knowledge-based organization: how culture drivers knowledge behaviors. Working paper, Ernst & Youngø Center for Business Innovation. Boston.
- Donate, M. J. y Guadamillas, G. F. (2010). Estrategia de gestión del conocimiento y actitud innovadora en empresas de Castilla-La Mancha. Un estudio exploratorio. *Investigaciones Europeas de dirección y Economía de la Empresa*, 16 (1), 31-54.
- Dierickx, I. y Cool, K. (1989). Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage, *Management Science*, 35 (12), 1504-1511.

- Druker, P. (1993). *Post-Capitalist Society*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Edvinsson, L. (1997): Developing intellectual capital at Skandia, *Long Range Planning*, 30 (3), 366-373.
- Edvinsson, L. y Malone, M.S. (1999). El capital intelectual, *Gestión 2000*, Barcelona. Edvinsson, L. y Stenfelt, C. (1999): Intellectual capital of nations for future wealth creation, *Journal of Human Resource Costing and Accounting*, 4 (1), 21-33.
- Edvinsson, L. y Sullivan, P. (1996). Developing a model for managing intellectual capital, *European Management Journal*, 14 (4), 356-364.
- Fugate, B.S.; Stank, T.P. y Mentzer, J.T. (2009). Linking improved knowledge management to operational and organizational performance. *Journal of Operations Management*, 27, 2476264.
- González, A., Castro, J. y Roncallo, M. (2004). Diagnóstico de la gestión del conocimiento en una empresa grande de Barranquilla (Colombia). Una actividad de Vinculación cooperativa universidad-sector productivo. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 16, 70-103.
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Huang, P.S. y Shih, L.H. (2009). Effective environmental management through environmental knowledge management. *International Journal of Environmental Science and Technology*, 6 (1) 35-50.
- Lavenport, T.H. y Klahr, P. (1998). Managing customer support knowledge. *California Management Review*, 40 (3), 195-207.
- Miralles, M.L. y Puerta, J.E. (2009). Diagnóstico sobre el nivel de gestión del conocimiento que tienen las grandes empresas de la confección en el municipio de Dosquebradas. Universidad Tecnológica de Pereira.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge creating company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, Oxford University Press, New York-Oxford.
- Ordóñez De Pablos, P. (2001): Capital intelectual, gestión del conocimiento y sistemas de gestión de recursos humanos: influencia sobre los resultados organizativos. Tesis Doctoral. Universidad de Oviedo.
- Ordóñez De Pablos, P. (2002). Evidence of intellectual capital measurement from Asia, Europe and the Middle East, *Journal of Intellectual Capital*, 3 (3), 287-302.
- Ordóñez De Pablos, P. (2003). Intellectual capital reporting in Spain: A comparative review, *Journal of Intellectual Capital*, 4 (1), 61-81.
- Petty, R. y Guthrie, J. (2000): Intellectual capital literature review. Measurement, reporting and management, *Journal of Intellectual Capital*, 1 (2), 155-176.
- Rodríguez, D. (2006). Modelos para la creación y gestión del conocimiento: Una aproximación teórica. *Educar*, 37, 25-39.
- Roos, G., Roos, J. (1997). Measuring your company's intellectual performance, *Long Range Planning*, 30 (3), 413-426.
- Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N.C. y Edvinsson, L. (2001). *Capital intelectual. El valor intangible de la empresa*, Paidós empresa, Barcelona
- Sarvary, M. (1999). Knowledge management and competition in the consulting industry. *California Management Review*. 41(2), 95- 107.
- Stewart, T. A. (1991). Brainpower: how intellectual capital becoming America's most valuable asset, *Fortune*, 2 de junio, 44-60.
- Stewart, T. A. (1998). *La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual*, Granica, Barcelona.

- Sullivan, P.H. (2001). Definiciones y conceptos básicos, en Sullivan, P.H. (eds.), *Rentabilizar el capital intelectual. Técnicas para optimizar el valor de la organización*, Paidós empresa, Barcelona.
- Spender, J. 1996. Making knowledge the basis of a dynamic theory of the firms. *Strategic Management Journal*. 17 (Special Issue), 45 ó 62.
- Stewart, T. (1997). *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*, Doubleday Currency. New York.
- Teece, D. (1998). Capturing value from knowledge assets: the new economy, markets for know-how and intangible assets. *California Management Review*. 40(3), 55 ó 79.
- Tejedor, B. y Aguirre, A. (1998). Proyecto Logos: Investigación relativa a la capacidad de aprender de las empresas españolas. *Boletín de estudios económicos*, 53 (64), 231-249.
- Wiing, K. (1993). Knowledge Management Foundation. Schema Press.
- Wiig, K.M. (1997). Integrating intellectual capital and knowledge management, *Long Range planning*, 30 (3), 399-405.
- Zander, U. y Kogut, B. (1995). Knowledge and the speed of the transfer and imitation of organizational capabilities: an empirical test. *Organization Science*. 6(1), 76 ó 92.
- Zollo, M. y Winter, S. (2002). Deliberate Learning and the Evolution of Dynamic Capabilities. *Organization Science*. 13, 339-351.



INICIATIVA DE CLÚSTER COMO HABILITADOR DE COMPETITIVIDAD PARA MIPYMES DE TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

Autores: María Teresa Verduzco Garza
Institución: Centro de Estudios Empresariales CEDEEM
Facultad de Contaduría Pública y de Administración FACPYA
Universidad Autónoma de Nuevo León UANL
Ciudad Universitaria CP: 66450 San Nicolás de los Garza, N. L.
Nacionalidad: Mexicana
Correo Electrónico:
verduzco.teresa@gmail.com

Dr. Luis V. Cabeza Llanos
Institución: Centro de Estudios Empresariales (CEDEEM)
Facultad de Contaduría Pública y de Administración (FACPYA)
Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)
Ciudad Universitaria CP: 66450 San Nicolás de los Garza, N. L.
Nacionalidad: Mexicana
Correo Electrónico:
luisvcabeza@gmail.com

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 12/Mayo/2015

Resumen.

Dentro de la cadena de suministro, el transporte de bienes ha representado un importante eslabón en el incremento de la competitividad de las organizaciones, tanto manufactureras, como de servicios. Por tanto, es de suma importancia el desarrollar estrategias que ayuden a elevar el nivel para competir de dicho sector de actividad en las regiones. El clúster, es una de estas estrategias, ya que mediante el desarrollo de iniciativas de clúster en sectores estratégicos y sectores emergentes de una región particular, se involucra no sólo a las empresas, sino a las instituciones educativas y al gobierno para en conjunto desarrollar mecanismos y procesos que de forma sustentable mejoren las operaciones creando sinergias entre los participantes, y teniendo como fin último, el incremento de la competitividad de la región en el sector de actividad electo, tal como se ha presentado en diferentes regiones en el mundo. Tomando como base los estudios desarrollados en diferentes países sobre clústeres para competitividad y los clústeres logísticos desarrollados en el mundo, se presenta una revisión de literatura sobre los elementos para la formación de un clúster de transporte y logística en la región de N.L., así como los beneficios que esta estrategia ha traído en otros clústeres en el mundo.

Introducción

El enfoque principal de este estudio, en su primera etapa, pretende señalar los orígenes sobre el concepto de clúster y su evolución a través del tiempo de acuerdo a los autores que han desarrollado estudios y modelos sobre el tema. Busca además, identificar un vínculo con el impacto positivo en la competitividad.

En la segunda parte, el presente estudio muestra el modelo Triple Hélice que utilizan las iniciativas de clústeres del estado de Nuevo León, así como su relación con la competitividad y el concepto teórico sobre clústeres.

En la etapa final del estudio, se muestran importantes aportaciones sobre los estudios de un clúster logístico, y el por qué podría ser de impacto en la economía de la región de Nuevo León, dado su reciente nombramiento en el año 2014 y su etapa embrionaria, en beneficio de la competitividad de las MIPyMEs.

Antecedentes generales sobre clúster.

En la actualidad, la necesidad de las organizaciones de incrementar su competitividad en la administración de sus operaciones, ha permitido que las mismas desarrollen una búsqueda exhaustiva hacia modelos y esquemas estratégicos que, de forma favorable, les beneficien en el logro de sus objetivos y permanencia en su sector de actividad.

Algunas de estos esquemas, se han tornado hacia enfoques de aglomeración geográfica, misma que se genera ya sea por la localización de la disponibilidad de los insumos, disponibilidad de la mano de obra, cercanía de los mercados a los que sirve, desarrollo de conocimientos; que permite que las organizaciones alcancen logros que por sí mismas no podrían (Marshall, Principles of Economics, 1920).

Ante los resultados favorables de estas economías externas, como las define (Marshall, Principles of Economics, 1920), se incrementa el interés en el estudio de las aglomeraciones geográficas y los beneficios específicos que éstas generan, hasta llegar a los estudios desarrollados por Piore y Sabel (1984) en los que establecen que pequeñas compañías se integran en diversas áreas para atender a mercados especializados de forma flexible y adquiriendo los beneficios de las economías de escala.

Más no es sino hasta los años 90's, cuando Porter (1990) la integra como parte de un portafolio de estrategias de negocio bajo el nombre de Clúster, en la que partiendo de la naturaleza de las aglomeraciones industriales examina su desarrollo y desempeño así como su impacto positivo en el incremento de la competitividad de una nación. En sí, el término clúster es definido previamente por Czamanski & Ablas en 1979 como una agrupación entre empresas que forman una red para colaborar entre ellas y competir en mercados de alto valor agregado, citado por (Porchini, 2012), pero el concepto se ve complementado con la participación de gobiernos, universidades, centros de investigación y otras asociaciones comerciales en favor de la competitividad de la región.

Los primeros clústeres en el mundo surgen de forma natural, posteriormente se ha venido implementado el esquema formal de clúster primeramente en países avanzados y posteriormente

en países en desarrollo (Nallari & Griffith, 2013). Los clústeres están presentes en diversos sectores de actividad como lo son el Automotriz, Aeroespacial, Productos Químicos, Agrícola, Comunicaciones, financiero, confección de prendas de vestir, entretenimiento, Logística y transporte, alimentos procesados, por mencionar algunos ejemplos.

Es importante citar el estudio de Lazzaretti (2006), quien menciona la diferencia entre un distrito industrial y un clúster, dado que el enfoque de desarrollo del primero es hacia una meso economía de tipo local con orientación hacia la productividad, el bienestar de los integrantes de la región y las empresas de la zona geográfica determinada, mientras que el segundo está centrado en la competitividad en un esquema de desarrollo global, buscando generar ventajas competitivas. El enfoque del presente trabajo está centrado en una investigación teórica conceptual del concepto de clúster para un desarrollo regional de ámbito de competencia global.

Actualmente, el estudio de los clústeres para competitividad se ha convertido en un fenómeno de estudio a nivel internacional, ya que algunos apartados del Banco Mundial, así como diferentes organismos internacionales, han centrado sus esfuerzos en el desarrollo de diferentes esquemas que apoyen al éxito de su formación, ejecución y sustentabilidad, teniendo como fin último elevar el nivel de competitividad de una región específica.

Clústeres y competitividad

En sí, el concepto general de clúster, se refiere a las compañías interconectadas en una concentración geográfica densa, incluyendo instituciones tales como universidades y asociaciones comerciales, y entidades como el gobierno (Porter, 1998). Estas compañías son de un sector específico (Schiele, 2008) que se unen para atender a oportunidades y mercados de alto valor y que debido a sus rasgos en común se complementan entre sí (McCormick, 2005), estimulando el desarrollo y el crecimiento económico del área geográfica así como su competitividad (Nallari & Griffith, 2013), y beneficiándose a sí mismas del aprendizaje colectivo y del intercambio del conocimiento (Rivera, Sheffi, & Welsch, 2014).

(Celis, Martinez, & Felix, 2012) , exponen en su estudio, que dentro de la identificación de un clúster económico, es importante incluir además de las empresas consideradas atractoras, a las empresas relacionadas como son los proveedores especializados, los servicios complementarios, maquinaria, entre otros. Las empresas atractoras, se les considera a aquellas empresas que son el eje e impulsan una articulación productiva de MIPyMES, y son generadoras de empleos (Vargas-Hernandez, 2007).

Los clústeres se consideran importantes en las economías de los países, dado que por su aglomeración generan beneficios económicos tangibles en dimensiones (Ketels, Lindqvist, & Sölvell, 2006):

1. Las empresas operan de forma más eficiente, ya que además de su alta especialización pueden reaccionar de forma más rápida para atender a las necesidades de sus mercados.

2. Los participantes adquieren niveles más altos de innovación, debido a la derrama de conocimiento generada entre la interacción de las compañías y las instituciones de investigación, así como a la fuerte presión de crear nuevas aportaciones entre los integrantes del clúster.

3. El nivel de formación de nuevos negocios tiende a incrementarse en los clústeres, ya que tanto los proveedores como los asociados al clúster reciben el beneficio de las economías de escala y reducen los costos de las fallas, mientras que a su vez se incrementan las oportunidades de emplear los servicios del emprendedor en muchas compañías del mismo ramo.

Como se menciona anteriormente, los clústeres en países desarrollados tienden a ser más grandes en la cantidad de empresas integradas, son más confiables, comparten más conocimiento, tienen mayor competitividad y la colaboración e innovación que en ellos se genera es mucho mayor que los clústeres en los países en vías de desarrollo (Ketels, Lindqvist, & Sölvell, 2006), como es el caso de México.

Por otra parte, Schiele (2008) enuncia que las compañías que integran un clúster, deben ser de un sector específico, por ejemplo Aeroespacial, Automotriz, Agro alimentaria, por mencionar algunas, ya que deben establecer un vínculo y un objetivo común de desarrollo conjunto y poder ayudarse unas a otras para participar en mercados mayores.

En un clúster, las empresas que lo componen, se unen creando alianzas y compartiendo sus fortalezas para atender a oportunidades y mercados de alto valor y que debido a sus rasgos en común se complementan entre sí (McCormick, 2005), por lo que de forman frentes conjuntos para servir de manera más amplia. Si se requiere invertir, y se conjuntan los recursos económicos para que todos los integrantes reciban algún beneficio de la inversión, algo que de forma individual sería mucho más difícil de acceder.

De acuerdo con Scheel y Parada (2008), deberán primero existir el ambiente y las condiciones para desarrollar un clúster, el cual deberá entregar Valor Económico Agregado (EVA), a través de la conectividad entre las capacidades de innovar, el desarrollo tecnológico y la construcción de un sistema de capital que en conjunto generarán competitividad.

El concepto de competitividad, el cual también data de las teorías económicas de Adam Smith y David Ricardo (McCormick, 2005), pero que Porter (1990) es quien lo integra en el contexto de su teoría sobre clústeres para la competitividad (Porter, 1998) en su libro "On Competition".

De acuerdo al ámbito de la competencia entre las organizaciones, que es en donde se quiere situar el contexto, diversos autores han definido este concepto, como es el caso de Scott y Lodge citado por (Bonales Valencia & Lara Hernández, 2012) en la que mencionan que "la competitividad de una nación depende de la estrategia económica y sus ventajas comparativas", mientras que Porter (1990) define competitividad como "la capacidad de producir mercancías y servicios de una calidad superior con un precio menor que las empresas competidoras". Asimismo, define que el concepto tiene su raíz a partir de la productividad, afirmando que la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria de poder innovar y de su forma de competir.

Para otros autores como Scheel y Parada (2008), la competitividad se desarrolla a través de la creación de la innovación y la tecnología en su ecuación como un modelo hacia la

competitividad, al crear clústeres donde la presencia de los clientes estimule el desarrollo de las ventajas competitivas de los proveedores, a manera que los proveedores evolucionen en la creación de valor al crear “sistemas de valor extendido”.

Por otra parte, se define a la competitividad como “el nivel en el que una nación puede producir bienes y servicios para atender a la demanda de sus mercados nacionales e internacionales, de manera que mantiene y aumenta el ingreso de su población, ante un libre comercio y justas condiciones de mercadeo” (OECD, 2014). Finalmente, (Martinez Gutierrez & Solís Quinteros, 2010) refieren un concepto llamado competitividad sistemática, el cual menciona que existen 4 niveles analíticos distintos pero a su vez interconectados para caracterizar la competitividad, mismos descritos en la figura 1, similar a la aplicación de diferentes niveles incluyendo la empresa, industria, economía regional y economía nacional que menciona Wren por (Bonales Valencia & Lara Hernández, 2012).

Las iniciativas de clústeres, se identifica como nivel Meso, dado que su estructura se forma a partir de iniciativas políticas para apoyar a sectores específicos de actividad que se consideran estratégicos.

Figura 1: Modelo de Competitividad Sistemática

Nivel	Enfoque	Características
Meta	Cultura.	Habilidades y conocimientos de una sociedad hacia la competencia.
Macro	Economía de un país.	Variables macroeconómicas, reformas de políticas, equilibrio del sistema económico.
Meso	Industria por región y sector. Iniciativas de Clúster.	Formación de estructuras por iniciativas y políticas que fomentan la formación de infraestructura y apoyo a las industrias.
Micro	Estructura de las empresas.	Factores de desempeño de una empresa.

Fuente: (Esser, Hillebrand, Messner, & Meyer-Stamer, 1996)

La iniciativa de clúster o C.I. se reconoce al concentrar formalmente empresas previamente validadas que están interconectadas entre sí y que se pretende incrementar su competitividad de forma estratégica, en conjunto con instituciones y organismos de un sector particular, de una forma planeada con intervención del gobierno y las instituciones educativas (Porchini, 2012).

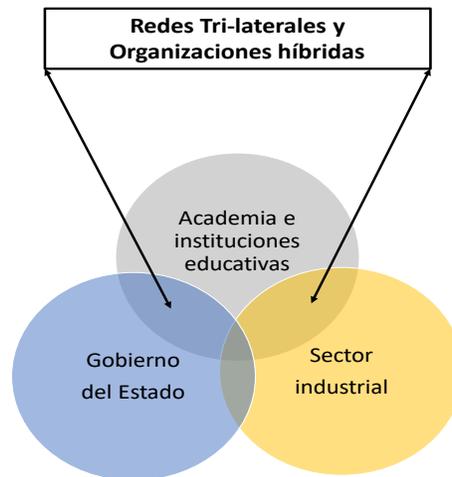
El modelo de triple hélice

Actualmente en N.L. los sectores estratégicos con clústeres formalizados son el Aeroespacial, Agroalimentario, Automotriz, Biotecnología, Electrodomésticos, Medios Interactivos, Nanotecnología, Servicios Médicos Especializados, Software y Tecnologías de información, Vivienda y desarrollo urbano sustentable, Transporte y Logística (SEDEC, 2014).

Estos clústeres de N.L., de acuerdo a Manuel Montoya (2014), son Consejos Ciudadanos que operan bajo el modelo de la Triple Hélice para impulsar y desarrollar sectores estratégicos, integrando una sinergia entre el gobierno del Estado, la academia y la iniciativa privada.

Para referir el modelo base de las C.I. de N.L., la figura 2, nos muestra la composición del modelo de Triple Hélice en el cual sustentan los clústeres previamente mencionados de N.L. El modelo pretende establecer la interconectividad que existe entre las instituciones del gobierno, las instituciones y entidades educativas y el sector industrial privado, mostrando una intersección entre estos 3 elementos (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000), (Leydesdorff, 2012).

Figura 2: Modelo Triple Hélice de relaciones Universidad-Industria-Gobierno



Fuente: (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000)

De acuerdo con los autores, el modelo pretende crear una “infraestructura de conocimiento” según se va generando la intersección de las diferentes esferas unas con otras, y las mismas van intercambiando sus roles entre ellas. Es entonces cuando se forman lo que Etzkowitz llama “organizaciones híbridas” (2000) que generan las innovaciones regionales, aplicando la Teoría sobre Clústeres de Porter (1990).

El clúster logístico en el mundo

Con relación a la formación de clústeres en el mundo, Sheffi (2012) menciona que uno de los clústeres más prometedores y sustentables es el clúster de Logística y Transporte, el cual se encuentra presente en diversos países y han prevalecido desde que se formaron bajo el esquema inicial de aglomeración.

Los países con clústeres industriales logísticos desarrollados, comparten que han obtenido grandes beneficios a partir de ellos, y proyectan grandes crecimientos a futuro, así como propuestas de innovadores estudios y desarrollos en este sector, no solamente para las industrias integradas en su primer nivel, sino la derrama de una gran cantidad de industrias que se benefician colateralmente alrededor del mismo.

Clústeres logísticos como el de Rotterdam, Zaragoza, la ciudad de Panamá, Memphis, Shangai, Guangzhou, Singapur, son algunos ejemplos de clústeres logísticos avanzados que han sido exitosos.

En países desarrollados como Alemania y Holanda, el clúster logístico situado en el puerto de Rotterdam, se ha convertido en una importante fuente de empleos directos e indirectos, tales como aquellos relacionados a almacenamientos, transportación de mercancías, tecnologías de información, servicio al cliente y administración, mientras que aunado a estos beneficios, agregan valor a la manufactura con actividades pequeñas como ensambles de kits, empaque final, y en algunos casos, centros de reparación (Sheffi, 2012) (van del Heuvel, de Langen, van Donselaar, & Fransoo, 2012).

En el caso de China, uno de los más importantes clústeres de comercio exterior es el que se encuentra ubicado en el puerto de Guangzhou en la zona sur, dada su cercanía a Hong Kong y salida de tráfico fluvial hacia el Océano Pacífico, el cual consta de 5 parques logísticos, en donde se integran principalmente proveedores de servicios logísticos, muchos de ellos pequeños o medianos transportistas que aprovechan la ventaja de la localización geográfica y proximidad a los mercados para abaratar sus costos de transporte de mercancía (Chai & Yang, 2011).

Por otra parte, el clúster logístico mayormente desarrollado en Latinoamérica, es el que se encuentra ubicado en Panamá (World Bank, 2014), cuya privilegiada geografía le ha permitido un importante desarrollo comercial por conectar al Océano Pacífico y el Océano Atlántico en el centro del continente Americano. Su función principal, más que el intercambio de modo de transporte o la de ser un nodo de consolidación, es el facilitar el comercio y fungir como un conector de la red marítima de comercio internacional.

Así mismo, en todos ellos, el impacto acelerado en las tecnologías de información y comunicación o TIC y la investigación y desarrollo en el sector, se ha permeado fuertemente, permitiendo en su conjunto la rapidez de su crecimiento en indicadores económicos regionales y de competitividad como lo son el crecimiento en las fuentes de empleo, mejora en la remuneración, atracción de inversión extranjera, concentración de operaciones y de mano de obra del sector (Sheffi, 2012).

¿Por qué un clúster logístico?

De acuerdo a los estudios desarrollados por Rivera (Rivera, Sheffi, & Welsch, 2014) en los cuales identifican el desarrollo de los clústeres logísticos en Estados Unidos, se han obtenido resultados tales como la evidencia de la concentración de la industria logística como clúster, mediante dos métodos:

- El método de Logistics Establishments' Participation o LEP, que consiste en identificar la representatividad de la industria logística establecida a lo largo de una región del país
- El método de Horizontal Clustering Location Quotient o HCLQ, que representa la medición de la magnitud de la concentración de la actividad logística y la concentración de la localización.

Una vez que se validó la presencia de los clústeres logísticos, el siguiente paso fue establecer la hipótesis de desarrollo del sector de actividad en el clúster, que consistió en la comprobación de que el crecimiento de empleos logísticos dentro del clúster fue superior que el crecimiento de los

empleos logísticos fuera del clúster, demostrando que en los años de 1998 a 2008 la hipótesis había sido válida.

Por otra parte, el estudio también realizó una investigación exploratoria con participantes de los clústeres logísticos, mediante la cual identificó 3 hallazgos importantes: Primero, las compañías logísticas se están agrupando en clústeres y estos están creciendo. Segundo, La importancia del gobierno en el desarrollo de clústeres logísticos. Tercero, los clústeres logísticos atraen a transportistas pequeños quienes construyen sus redes alrededor de los clústeres logísticos.

En la medida en la que más compañías de un sector particular de actividad se acerquen, más serán los proveedores y clientes que se integren, lo que haría a un clúster más atractivo (Sheffi, 2013).

De acuerdo con el modelo de la Triple Hélice que rige el diseño de los clústeres en Nuevo León (Parada Avila, 2014), se pretende la aceleración y sustentabilidad del desarrollo de la innovación y la competitividad por medio de las iniciativas de clústeres en sectores estratégicos, que suma y comparte los esfuerzos del gobierno, academia y participantes del sector productivo, de manera integral y sistémica. Asimismo, se desarrolle una reputación positiva que conlleve a una ventaja competitiva de la región, incrementando la confianza y la inversión, dado su desarrollo incremental acelerado y su especialización en el sector estratégico (Sheffi, 2013).

Entonces, tanto el concepto de clúster logístico de Sheffi (2012) (2013), como la idea de la integración del modelo de Etzkowitz & Leydesdorff (2000) de triple hélice, buscan incrementar la competitividad de un sector estratégico de actividad, en este caso logístico, y ambos modelos pretenden entre sus elementos el desarrollo de innovación con la participación del grupo definido que generen reputación favorable conocida de dicho sector. El impacto conjunto de ambos sería un interesante objeto de estudio en investigaciones posteriores.

Conclusión

De acuerdo a la literatura a la que se hace referencia, se puede observar la posibilidad de incrementar la competitividad de las empresas de un sector con el apoyo de una iniciativa de clúster, a partir de la cual se vincula a las empresas atractoras con sus encadenamientos productivos, incluyendo a las MIPyMES, como estrategia de crecimiento conjunto mediante la generación de sinergias.

Para la integración de un clúster logístico, no solamente deben integrarse las empresas de diferentes modos de transporte, sino que también debería considerar a los 3PL's o Third Party Logistics, a los proveedores de espacios de almacenaje, forwarders, así como a los proveedores de actividades de mantenimiento de transporte, manufactura de empaque, que son una derrama natural de los servicios de un clúster logístico.

El modelo utilizado en México para el desarrollo de las iniciativas de clúster es el de Triple Hélice de Etzkowitz & Leydesdorff (2000), que pretende vincular a un sector industrial particular considerado estratégico con el gobierno y la academia, para acelerar su desarrollo competitivo en toda su cadena productiva. Este mismo modelo es el que se utiliza para la estructuración del clúster de Transporte y Logística de N.L. de manera que mediante la interacción de los 3 grupos mencionados, se desarrolle el conocimiento, la innovación, se

incremente la colaboración y se desarrollen integraciones horizontales, que al final generen una reputación positiva del sector y a su vez una ventaja competitiva sobre otras regiones.

Probablemente, la participación de la red de MIPyMES de logística en el clúster, impactaría positivamente la aceleración de la competitividad del sector, pero también podría mermarla si no se lleva a la práctica de forma ordenada y con la participación de las entidades gubernamentales y académicas para soportar la capacitación y la especialización de la mano de obra del sector, así como el desarrollo de las innovaciones. Particularmente las Micro y las Pequeñas empresas de transporte, son el último eslabón en la cadena de distribución, dado que las mismas representan el transporte conocido como “La última milla” (Chai & Yang, 2011).

Algunas líneas de investigación que podrían ser interesantes en el Clúster de Transporte y Logística de N. L. o CTyL, serían la participación del Hombre-Camión como miembro del clúster y el impacto en su competitividad, así como las fuentes de empleo que el mismo clúster y sus participantes generan para ellos y para las MIPyMES. Por otra parte, responder a preguntas como el saber si realmente existe un clúster logístico en N.L. y quiénes son sus empresas atractoras, o si el clúster es solamente de transporte y no de logística, o si sólo es una aglomeración geográfica de carriers pero sin el sentido de asociatividad propuesta por el concepto de clúster. Podría cuestionarse para investigación, cuáles serían los factores críticos para un clúster logístico exitoso en N.L. y cómo medir su impacto. Finalmente, el cómo desarrollar integraciones horizontales a través de diferentes clústeres y la contribución del clúster logístico a la competitividad de otros sectores de la región, podría ser también otra pregunta interesante para estudio.

Trabajos citados

Becattini, G. (2004). Del distrito industrial marshalliano a la teoría del distrito contemporánea.

Una breve reconstrucción crítica. *Investigaciones Regionales*, 9-32.

Bonales Valencia, J., & Lara Hernández, R. (Julio de 2012). Modelos Competitivos Regionales.

INCEPTUM, VII(13), 229-269.

Buitelaar, R. (2000). *¿Cómo crear Competitividad Colectiva? Marco para la investigación de*

políticas de Cluster. Chile: CEPAL Unidad de Industria, División de Desarrollo Productivo Empresarial.

Celis, A. M., Martínez, D., & Félix, J. (2012). *Identificación de clusters económicos de la ciudad*

de México. Obtenido de

http://www.izt.uam.mx/sotraem/Documentos/AMET2011/REC/TEXTO/11-13/11_04.pdf

Chai, Y., & Yang, F. (2011). Risk control of competition Relationship: An exploratory case

study on social networks "Guanxi" in a Chinese Logistics Services Cluster. *The international Journal of interdisciplinary social sciences*, 29-39.

Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad Sistémica:

Nuevo Desafío a las empresas y la política. *CEPAL*(59), 39-52. Obtenido de www.meyer-stamer.de/1996/cepal.htm

Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems

and "Mode 2" to a triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*(29), 109-132. Obtenido de

[http://www.chss.uqam.ca/Portals/0/docs/sts8020/\(20\)Etzk-Leides.Triple.Helix.pdf](http://www.chss.uqam.ca/Portals/0/docs/sts8020/(20)Etzk-Leides.Triple.Helix.pdf)

Ketels, C., Lindqvist, G., & Sölvell, Ö. (2006). *Cluster initiatives in developing and transition economies*. Stockholm: Center for strategy and competitiveness.

Ketles, C. H. (2003). The Development of the Cluster Concept. *NRW, Conference on Clusters* (pág. 25). Duisburg, Germany: Harvard Business School.

Lazzeretti, L. (2006). Distritos Industriales Clusters y Otros: Un análisis trespassing entre la economía industrial y la gestión estratégica. *Economía Industrial*, 59-72.

Leydesdorff, L. (February de 2012). The Triple Helix of University-Industry-Government Relations. *Encyclopedia of Creativity, Innovation, and Entrepreneurship*, 1-17. Obtenido de <http://ssrn.com/abstract=1996760>

Lindqvist, G., Ketels, C., & Sölvell, Ö. (2013). *The Cluster Initiative Greenbook 2.0*. Stockholm: Ivory Tower Publishers).

Marshall, A. (1919). *Industry and Trade*. London: Cosimo Inc 2006.

Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*. London: Macmillan.

Martinez Gutierrez, R., & Solís Quinteros, M. M. (2010). Factores que determinan la competitividad sistemática en la industria maquiladora del sector electrónico en Tijuana, Baja California, México. *IV Congreso Internacional de Investigadores en Competitividad* (págs. 1294-1313). Puerto Vallarta: RIICO.

McCormick, D. (Enero - Junio de 2005). El futuro de los clusters y las cadenas productivas. *Semestre económico*, 8(15), 87-102.

Montoya, M. (11 de Noviembre de 2014). Clústeres N.L. (T. Verduzco-Garza, Entrevistador)

Nallari, R., & Griffith, B. (2013). *Clusters of competitiveness*. Washington, D.C.: The World Bank.

OECD. (Octubre de 2014). *Organization for Economic Co-operation and Development*.
Obtenido de Organization for Economic Co-operation and Development:
www.OECD.org

Parada Avila, J. (2014). *Nuevo León: Impulsando la economía y sociedad del conocimiento*.
Monterrey.

Piore, M., & Sabel, C. (1984). *The second industrial divide*. New York: Basic Books.

Porchini, R. (2012). *Tesis Doctoral: Factores que impulsan la colaboración interempresarial en la etapa de conformación de clústeres: El caso del clúster automotriz de Nuevo León*.
San Nicolás de los Garza: UANL.

Porter, M. E. (1990). *Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

Porter, M. E. (1998, November-December). Clusters and the New Economics of Competition.
Harvard Business Review, 77-90.

Porter, M. E. (1998). *On Competition*. Boston: Harvard Business Review.

Porter, M. E. (2003). The economic performance of regions. *Regional studies*, 545-546.

Porter, M. E. (January 23, 2008). Clusters, innovation, and competitiveness: Findings and implications for Policy. *European Presidency Conference on Innovation and Clusters*.
Stockholm, Sweden.

- Rivera, L., Sheffi, Y., & Welsch, R. (2014). Logistics agglomeration in the US. *Transportation Reserch Part A* 59, 222-238.
- Scheel, C., & Parada, J. (2008). Leveragin competitiveness and economic growth through linking innovation systems to wealth ceation in emerging countries. *Management of engineering and technology*, 572-583.
- Schiele, H. (2008). Location, location: The geography of industry clusters. *Journal of business strategy*, 29-36.
- Schwab, K. (2014). *The Global Competitiveness Report 2013-2014*. World Economic Forum. Geneva: World Economic Forum. Obtenido de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf
- SEDEC. (1 de Noviembre de 2014). *Secretaría de Desarrollo Económico*. Obtenido de SEDEC: www.nl.gob.mx/sedec
- Sheffi, Y. (2012). *Logistics Clusters Delivering Value and Driving Growth*. Massachusetts, USA: The MIT Press.
- Sheffi, Y. (2012, September-October). Logistics Clusters: The Feedback Loop Leading to Economic Growth and Jobs. *The World Financial Review*, 8-12.
- Sheffi, Y. (2013). Chapter 19: Logistic intensive Clusters: Global Competitiveness and Regional Growth. En Y. Sheffi, *Handbook of Global Logsitics* (págs. 463-500). New York: Springer.

Sheffi, Y. (2013). Logistics-Intensive Clusters: Global Competitiveness and Regional Growth. *Handbook of Global Logistics*, 463-500.

Sölvell, Ö. (2009). *Clusters: Equilibrando fuerzas evolutivas y constructivas*. Estocolmo, Suecia: Ivory Tower Publishers. Obtenido de www.cluster-research.com

TCI, T. (2014, 05 30). *TCI Network*. Retrieved from TCI Network: www.tci-network.org

van del Heuvel, F. P., de Langen, P. W., van Donselaar, K. H., & Fransoo, J. C. (2012). Proximity Matters: Synergies through co-location of logistics establishments. *Beta publicatie: Working Papers No. 380, Eindhoven*, 1-24.

van den Heuvel, F. P., de Langen, p. W., van Donselaar, K. H., & Fransoo, J. C. (2011). Spatial concentration and location dynamics in logistics: The case of Dutch province. *Beta working paper series 355*, 1-21.

van den Heuvel, F. P., de Langen, P. W., van Donselaar, K. H., & Fransoo, J. C. (2012). Co-Location Synergies: Specialized versus diverse logistics concentration areas. *Beta publicatie: Working Papers No. 388, Eindhoven*, 1-15.

Vargas-Hernandez, J. (2007). Reformas de las economías locales implicadas por los procesos de globalización económica. *Carta económica regional*, 3-17.

World Bank. (14 de Octubre de 2014). *Logistic Performance Index*. Obtenido de <http://lpi.worldbank.org/>



ACTUALIZACIÓN E INNOVACIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO ESTRATEGIAS PARA LA COMPETITIVIDAD Y EL DESEMPEÑO ECONÓMICO EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN

Dr. Abel Partida Puente
Av. Universidad S/N Cd. Universitaria
abelpartida@hotmail.com

Dr. Luis Alberto Villarreal Villarreal
luis.villarrealv@uanl.mx

Fecha de envío: 24/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 09/Mayo/2015

RESUMEN

Existen un número importante de estudios que muestran que el conocimiento y la competitividad está estrechamente relacionados; por lo que es importante profundizar en el conocimiento de los empleados apoyado por factores como la actualización e innovación de su conocimiento para generar competitividad y desempeño económico en las empresas de servicios. El conocimiento apoyado por estos factores, hará que se genere valor en el conocimiento y para verlo de manera integral, se propone esta investigación diseñar un modelo donde interviene la actualización e innovación del conocimiento de los empleados. Para el logro de este objetivo se hizo una investigación descriptiva y explicativa donde se diseñó un instrumento de medición y se aplicó a 71 empresas de servicios del Estado de Nuevo León, donde se obtuvo el grado de significancia de cada uno de los constructos independientes con los constructos dependientes.

PALABRAS CLAVES: Conocimiento, Innovación, Competitividad, Desempeño Económico, Nuevo León.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo, muestra la importancia que tiene la actualización e innovación del conocimiento de los empleados en las empresas mexicanas del Estado de Nuevo León como herramientas para generen un impacto económico y competitivo.

Se ha observado que los recursos humanos se han convertido en expertos humanos dentro de las empresas y han generado conocimiento en los proyectos que han participado; día a día generan experiencias que van alimentando la sabiduría de cada persona, ese activo valioso “el conocimiento de los empleados”, se encuentra necesitado de una buen manejo en las empresas con el fin de generar competitividad y desempeño económico, ya que las empresas están siendo presionadas cada vez más para alcanzar los resultados, las estrategias planeadas y los proyectos de trabajo que se vuelven cada vez más complejos, demandando flexibilidad, trabajo interdisciplinario y soluciones innovadoras (Flores, 2007).

El manejo inadecuado del conocimiento dentro de las empresas, no consideran la actualización e innovación del conocimiento de los empleados (constructos independientes del estudio); si consideramos estos factores podemos evaluar cuales de manera conjunta se pueden confrontar para dar valor al conocimiento y así, administrarlo adecuadamente para generar competitividad y desempeño económico (variables dependientes) en las empresas de servicios del Estado de Nuevo León.

El objetivo principal de esta investigación es determinar los factores que tengan una incidencia en la competitividad y el desempeño económico en las empresas de servicios del Estado de Nuevo León. Esta investigación está basada en el método científico, organizada de la

siguiente manera. Primero se muestra la introducción, luego el marco teórico, resultados y conclusiones.

La justificación de la presente investigación y de acuerdo a la importancia para la sociedad, se ofrecerán 3 aportaciones; primero una aportación práctica ya que ésta investigación mostrara la necesidad que tienen las empresas de optimizar los conocimientos de sus empleados y sobre todo que les ayuden a manejarlos adecuadamente fundamentado en hechos y datos que le lleven a generar competitividad y desempeño económico; como segunda aportación una metodología que apoye a los investigadores con una investigación metodológica que permita definir los factores claves para el uso adecuado del conocimiento para generar competitividad y desempeño económico; y para finalizar una aportación teórica que nos permitirá abundar en los conceptos fundamentales de los grandes filósofos, pensadores, investigadores y escuelas filosóficas que destacan la importancia del capital intelectual de los empleados y de los factores que en la gestión del conocimiento deben agregar valor en las empresas.

MARCO TEORICO

En México, el manejo adecuado del conocimiento es un tema que ya ha sido valorado por el Dr. Alonso Pérez Soltero en el año 2001, realizó una investigación en el ITESM de Monterrey, ésta investigación fue un estudio exploratorio, da una visión de cómo se encuentra México en el tema de la administración del conocimiento, considerando empresas de todo tamaño y giro de las tres ciudades más importantes del país, México, Monterrey y Guadalajara, aplicando encuestas a los ejecutivos a nivel dirección y recompilando 310 encuestas. Los resultados muestran reconocen el valor del conocimiento para el éxito del negocio, sin embargo afirman que no cuentan con un modelo para administrar el conocimiento, mucho menos tienen

diseños y sistemas implementados a la medida de sus necesidades. Aproximadamente un 10% de las empresas encuestadas manifiestan haber tenido o tener en marcha acciones encaminadas a generar valor a través del conocimiento organizacional.

Otro estudio de investigación de tipo exploratorio en el Área Metropolitana de Monterrey, lo realizó Karla Aireth Flores Garza en el año 2006 en la Universidad Autónoma de Nuevo León - Posgrado de la Facultad de Contaduría Pública y Administración, donde solo se han proporcionado ideas y comprensión acerca de la importancia que en la actualidad representa para las PYMES el tema del conocimiento, sin llegar a ser descriptivo y explicativo. Los factores que consideran son, el valor del conocimiento en las empresas, la administración del conocimiento y una metodología para ser implantada. Se realizaron 12 entrevistas a pequeños negocios familiares de servicios y de comercio, en donde laboran de 4 a 25 personas; se encontraron 8 dueños de primera generación y 4 de segunda generación, cada uno cuenta con estudios universitarios y la edad fluctúa entre 29 y 62 años. El 100% de los entrevistados consideran que el conocimiento es un elemento digno de ser valorado en el negocio y que cuentan con personal que tiene conocimiento importante que pudiera beneficiar a otros, teniendo bien identificado al personal clave del negocio. El 100% de los entrevistados mencionó que el conocimiento es un elemento que no está administrado. El 100% de los entrevistados mencionó que no cuentan con un modelo para implementar la administración del conocimiento.

Otro estudio de investigación empírico referente a la gestión del conocimiento en las empresa mexicanas y desempeño competitivo, la realizó Salvador Estrada y Gabriela Dutrénit en el año 2007 en la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, la cual considera la calidad del conocimiento de los empleados como producto terminado, la innovación en mano de obra, la actualización del conocimiento mediante la capacitación y la cantidad de conocimiento

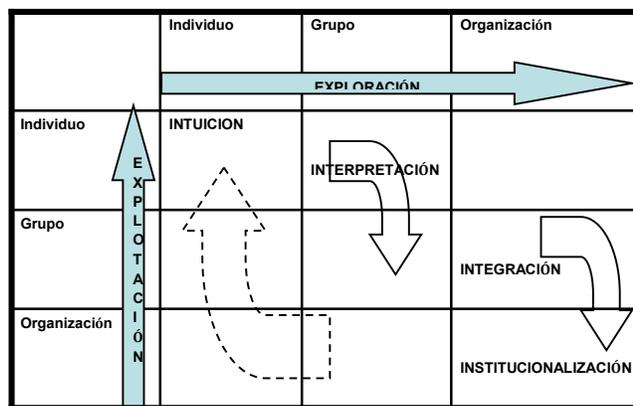
mediante la documentación de procesos y adaptación de tecnología, en una industria diferente a la de servicios, siendo esta la industria de maquinados industriales en Ciudad Juárez y Querétaro. Los resultados muestran que el conocimiento se revela como insumo necesario para acometer cualquier objetivo innovador. Los resultados también muestran que existe una influencia estadísticamente significativa del conocimiento sobre el desempeño competitivo de la empresa.

Las empresas no pueden funcionar sin el capital humano, ese capital intelectual se convierte en conocimiento en las empresas, por eso Thomas (1998), define, que el conocimiento es una mezcla de experiencias, valores, información y “saber hacer” que sirve como marco para la incorporación de nuevas experiencias e información, y es útil para la acción. El conocimiento se origina y aplica en la mente de los conocedores. En las organizaciones con frecuencia no sólo se encuentra dentro de documentos o almacenes de datos, sino que también está en rutinas organizacionales, procesos, prácticas y normas.

Según Thomas (2001), comenta que es el conocimiento que transforma la materia prima convirtiéndola en un producto con valor. Aunque el término conocimiento está ligado a la existencia misma del hombre ha adquirido en el momento actual una especial relevancia, con la aparición de un nuevo paradigma que se comienza a identificar como Nueva Economía y se caracteriza por el incremento de la cultura económica del consumidor o cliente y el conocimiento y la información (intangibles) como elementos que mayor valor añaden al producto o servicio de las empresas (Díaz, 2004). Crossan, Lane & White (1999), señalan en la figura 1, que el proceso de aprendizaje organizacional cruza por los diferentes niveles de conocimiento que existen en la organización, el autor define la existencia de la matriz de tres niveles que nos muestra lo siguiente: el primer nivel es el individual; el segundo nivel es el de grupo; el tercer nivel es el organizacional, donde se integra e institucionaliza todo el conocimiento generado en los niveles

anteriores y con él se genera el conocimiento explícito, donde el conocimiento se traduce a nuevos productos o servicios para la empresa, que en nuestra investigación se considera como la innovación del conocimiento de los empleados; una vez que el individuo recoge el conocimiento explícito de la organización se convierte en conocimiento tácito del individuo, es decir, se actualiza el conocimiento de los empleados, que para nuestra investigación se toma tal cual, actualización del conocimiento de los empleados.

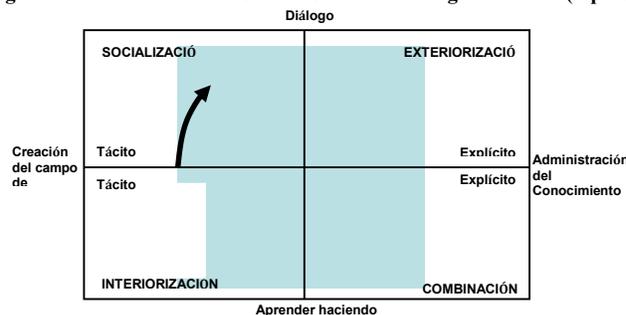
Figura 1. Aprendizaje Organizacional como un proceso dinámico.



Fuente: Crossan, Lane & White (1999).

Nonaka & Takeuchi (1995), nos dicen en la figura 2, su teoría de la creación del conocimiento organizacional, es justamente en la interacción entre el conocimiento tácito y explícito, donde se da la creación del conocimiento, llamándole: espiral del conocimiento, identificando cuatro etapas de la generación del conocimiento en las empresas.

Figura 2. Teoría de la creación del conocimiento organizacional (espiral del conocimiento)



Fuente: Nonaka & Takeuchi (1995).

La primera etapa es la socialización, la cual es el conocimiento tácito que posee una persona y transmite a través de la socialización con otras personas, de esta manera queda como conocimiento tácito en la persona que la percibe (conocimiento tácito, actualización del conocimiento de los empleados). La segunda etapa es la exteriorización, la cual es el conocimiento tácito que posee una persona y lo transmite codificándolo de una manera sistemática, para que todos puedan tener acceso a él (conocimiento explícito, innovación del conocimiento de los empleados). La tercera etapa es la combinación, la cual es el conocimiento explícito, que genera y transmite nuevo conocimiento para toda la organización, a partir de conocimiento explícito. La cuarta etapa es la interiorización, la cual es el conocimiento explícito existente dentro de la organización y que se transmite a las personas, quedando convertido en conocimiento tácito.

La transferencia del conocimiento es el proceso mediante el cual el conocimiento propiedad de una persona, grupo o entidad, es comunicado a otra persona, grupo o entidad, quien tiene una base común o conocimiento similar, con ello se actualiza el conocimiento de los empleados. La transferencia puede ser directa cuando el conocimiento se transfiere por medio de interacciones directas entre las personas, es indirecta cuando el conocimiento especializado es transformado en información que puede ser comprendida por otros. El proceso clave es la intermediación del conocimiento a través de su captura en documentos, planos, instructivos y otros medios impresos o digitales (Dawson 2000, citado en Rodríguez, 2005).

Relación entre los Factores del Conocimiento y la Competitividad y el Desempeño Económico.

Identificar las diferentes corrientes que se pueden considerar para cada una de las 2 variables independientes a investigar hará que el presente artículo tenga el soporte teórico de

autores que comparten sus teorías y pensamiento sobre la importancia de los factores a través de la actualización e innovación del conocimiento de los empleados para la generación de competitividad y desempeño económico de las organizaciones.

Platón y Descartes, padres del Idealismo, basan el conocimiento en el recuerdo y en la experiencia que da como resultado la actualización del conocimiento del mundo externo, evita afirmar que éste pueda reducirse al mero hecho de pensar, al contrario aumenta ya que la mente es capaz de hacer existir cosas que de otro modo no sería posibles, basa su teoría en la reencarnación, cuando el alma se une al cuerpo, se olvida el conocimiento que había adquirido, el alma existe antes que el cuerpo; en el mundo sensible, el hombre percibe por los sentidos los objetos que fueron hechos por el Dios, a partir de una manera preexistente, de ahí que se denomine a esta teoría “Teoría del recuerdo”. Descartes llegó a alcanzar una certeza primera: “Pienso, existo”, su estrategia no fue el rechazo o la negación de la duda, sino su aceptación hasta las últimas consecuencias, es decir, utilizó la duda como método y sometió todo conocimiento a duda con el fin de encontrar una verdad de la que ya no pudiese dudar ni el más escéptico a través de la actualización del conocimiento.

El gran objetivo de los procesos del conocimiento es la innovación, algo que las organizaciones precisan para sobrevivir y, evidentemente para crecer (Valhondo, 2003). La innovación en el conocimiento es la base para recrear o utilizar las competencias para generar nuevo conocimiento necesario para competir a nivel global (Carmona, 2006). La gestión de la innovación, que ayuda a recorrer la creación de conocimiento está en su más tierna infancia y que necesitamos desarrollar una disciplina en toda su extensión, con sus contornos, separados de la tecnología y la ciencia, y con sus herramientas de gestión. Aunque será una gestión diferente a

la convencional, y esa es otra importante cuestión, solo si la incorporamos al acervo de las capacidades directivas podremos diseñar organizaciones innovadoras (Arbonies, 2006).

El conocimiento individual para generar valor en las empresas, está conformado por la experiencia que es la que marca la actualización en el conocimiento (Carmona, 2006). Muy pocas organizaciones administran de manera formal el conocimiento y experiencias generadas de los proyectos (Orta, 2007).

MÉTODO

El presente artículo ha explorado que hay pocos antecedentes sobre el tema en cuestión considerando el contexto en el cual habrá de desarrollarse el estudio. La literatura del presente artículo revela “piezas o trozos” de teoría con estudios descriptivos que han detectado y definido ciertas variables en las cuales se puede fundamentar el estudio, es por eso que hemos complementado variables a medir con el fin de describir el comportamiento de ellas. Después de un cuidadoso análisis de las variables podemos presuponer unas relaciones entre ellas, la literatura nos puede revelar la existencia de una o varias relaciones entre las variables. La literatura nos revela que existe una o varias teorías que se pueden aplicar a nuestro problema de investigación.

El cuestionario aplicado constó de 50 ítems. De los 50 ítems 14 (catorce) recaban datos cualitativos que ayudarán en la interpretación de los resultados, 36 (treinta y seis) ítems recolectan datos cuantitativos sobre la calidad, cantidad, actualización, innovación del conocimiento de los empleados, además datos cuantitativos sobre la competitividad y desempeño económico. La encuesta de recolección de datos está diseñada para que el sujeto de investigación conteste las preguntas en base a una tabla de respuestas dirigidas, las cuales corresponden al

procedimiento Lickert, es decir, el sujeto de investigación responderá cada concepto evaluando en una escala de “1” a “5”. El procedimiento Lickert consiste en determinar intervalos de escala impares, y cada uno de los intervalos cuantitativos mantiene una correspondencia cualitativa, (véase tabla 5).

Tabla 5. Procedimiento Lickert.

CODIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
	¿Qué tanto está de acuerdo?
5	TOTALMENTE
4	MUCHO
3	NI POCO NI MUCHO
2	POCO
1	NADA

Fuente: Edición Propia.

Correlación y Regresión Múltiple

Se llevará un análisis de correlación entre las variables independientes: X1: Actualización; X2: Innovación, del conocimiento de los empleados, con el fin de explicar el efecto en las variables dependientes: Y1: Competitividad, Y2: Desempeño Económico; también el efecto que existe en las interrelaciones de las variables dependientes de una o más a la vez. Los elementos estadísticos que se utilizaran para explicar la correlación entre variables son: a) Regresión y Correlación Múltiple y b) Análisis de Varianzas.

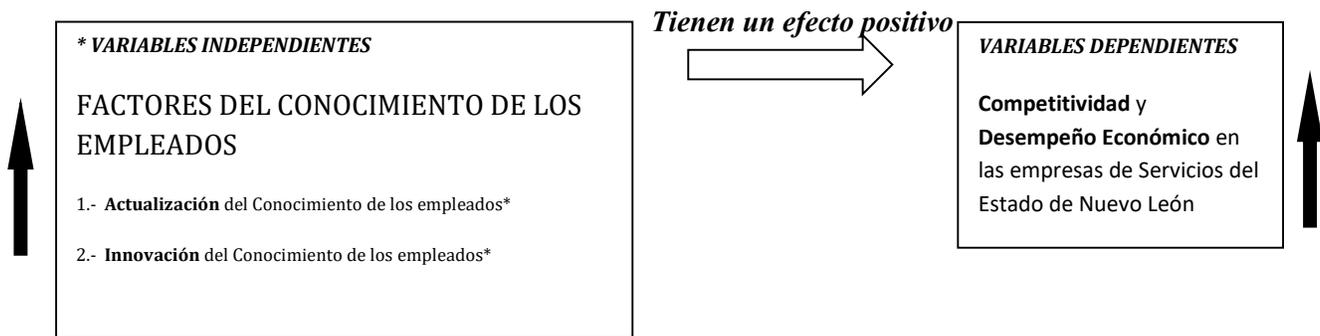
El presente artículo utiliza la técnica documental para la búsqueda de información y documentos relevantes que soportan el marco teórico en forma escrita y gráfica de los científicos a través de bibliotecas, bases de datos, libros y artículos científicos publicados por las palabras claves de la investigación. La técnica de campo utilizada es la de “encuesta” que nos permite la recolección de datos e información que nos proporciona los elementos para llevar a cabo un análisis cuantitativo y comprobar la hipótesis directa de la realidad basada en los indicadores de

cada variable tanto dependientes como independientes, con ella se conoce la respuesta de la población. Utilizando la fórmula de la “n” óptima la cantidad de empresas a aplicar la encuesta de medición es de 68 empresas de servicio del Estado de Nuevo León, logrando obtener 71 para el presente artículo.

Hipótesis de la Investigación.

Los factores que permiten el mejor uso del conocimiento son: la ACTUALIZACIÓN e INNOVACION DEL CONOCIMIENTO DE LOS EMPLEADOS que tienen un efecto positivo en la competitividad y el desempeño económico en las empresas de servicios del Estado de Nuevo León. (Véase figura 3).

Figura 3. Hipótesis de Trabajo.



Fuente: Edición Propia.

Y1: COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS, la competitividad de la empresa se logra alcanzando los objetivos, las metas, los resultados, las estrategias planeadas y los proyectos esperados en la empresa con buenos resultados para incrementar la participación de mercado y el número de servicios para el cliente con estrategias que impacten a la competencia. **Y2: DESEMPEÑO ECONÓMICO EN LAS EMPRESAS**, el desempeño económico de las empresas se mide con el incremento en la productividad y con el incremento en las ventas para generar utilidades en la empresa. **X1: ACTUALIZACION DE CONOCIMIENTO DE LOS**

EMPLEADOS, la actualización el conocimiento de los empleados se genera con la capacitación que tienen los empleados dentro y fuera de la empresa, compartiendo el conocimiento con las mejores prácticas de servicios que se ofrecen en la empresa, además de los éxitos comerciales que logra la empresa, todo esto con herramientas que permitan el control de desempeño de cada uno de los empleados con la actualización constante de los conocimientos. **X2: INNOVACION DE CONOCIMIENTO DE LOS EMPLEADOS**, la innovación del conocimiento de los empleados se define como la generación de soluciones innovadoras a través del conocimiento de los empleados en nuevos productos y servicios que pueda generar la empresa, además de nuevas investigaciones que permiten mejorar los sistemas tecnológicos de la empresa para la toma de decisiones que pueda ser transferido de una persona a otra con el fin de generar patentes de la empresa.

RESULTADOS

Análisis de Alfas de Cronbach.

El análisis de las alfas de cronbach se muestra en la tabla 1, siendo todas satisfactorias, todas por encima de 0.7 (Cronbach, 1951). Se asume que las preguntas que conforman la encuesta no están correlacionadas, son totalmente independientes una de la otra, y que una no depende de la otra. Por lo tanto no hay necesidad de eliminar ninguna pregunta.

Tabla 1. Alfa de Cronbach para cada una de las variables X1, X2, Y1, Y2.

VARIABLES	ITEMS ORIGINALES	ALFA CRONBACH
X1 = ACTUALIZACIÓN del Conocimiento de los Empleados	6	0.881
X2 = INNOVACIÓN del Conocimiento de los Empleados	6	0.780
Y1 = COMPETITIVIDAD en las Empresas de Servicios del Estado de N.L.	5	0.887
Y2 = DESEMPEÑO ECONOMICO en las Empresas de Servicios del Estado de N.L.	3	0.896

Fuente: Edición Propia.

Regresión Lineal Múltiple

Se generaron las variables independientes (X1, X2) con la muestra de 71 encuestas con respecto a la variable dependiente COMPETITIVIDAD (Y1) y con la variable dependiente DESEMPEÑO ECONÓMICO (Y2) con el objetivo de obtener la regresión lineal múltiple. Dichos valores son introducidos al software estadístico SPSS-V17. Una vez introducidos al software estadístico, podemos observar en la evaluación estadística de la linealidad de acuerdo a Schwab (2007), el cual indica que correlaciones altas (>0.50) entre las variables es indicativo de **linealidad** (véase tabla 2 para Y1 y tabla 3 para Y2), nos asegura que la relación entre la variable dependiente (Y1 = Competitividad en las empresas) y (Y2 = Desempeño Económico en las empresas) las variables independientes (X1, X2) es significativo a través del rango de todos los valores, es importante debido a que nuestro modelo es una regresión lineal múltiple.

Tabla 2. Inter-item Correlation Matrix Y1.

		Y1	X1	X2
Pearson Correlation	Y1	1.000	.607	.616
	X1	.607	1.000	.619
	X2	.616	.619	1.000
Sig. (1-tailed)	Y1	.	.000	.000
	X1	.000	.	.000
	X2	.000	.000	.

Fuente: SPSS-V17.

Tabla 3. Inter-item Correlation Matrix Y2.

		Y2	X1	X2
Pearson Correlation	Y2	1.000	.612	.612
	X1	.612	1.000	.619
	X2	.612	.619	1.000
Sig. (1-tailed)	Y2	.	.000	.000
	X1	.000	.	.000
	X2	.000	.000	.

Fuente: SPSS-V17.

De acuerdo a Cashin (1988), los valores de los coeficientes de correlación en las ciencias sociales, debajo de 0.20 no tienen utilidad práctica, entre 0.20 y 0.49 tiene utilidad

práctica y entre 0.50 y 0.70 tiene una muy alta utilidad práctica. Para probar la **normalidad** de los datos entre las variable dependiente Y1 y Y2 debería estar normalmente distribuida con cada combinación de valores de las variables independientes (X1, X2). Para probar la normalidad de los datos se aplica la prueba Kolmogorov-Smirnov, las medias y desviaciones estándares salen positivas como se muestra en la tabla 4 y tabla 5.

Tabla 4. Medias y Desviaciones Estándar de Y1, X1, X2.

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y1	3.2963	.73848	71
X1	3.2282	.80205	71
X2	3.3914	.65812	71

Fuente: SPSS-V17.

Tabla 5. Medias y Desviaciones Estándar de Y2, X1, X2.

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y2	3.5154	.72348	71
X1	3.2282	.80205	71
X2	3.3914	.65812	71

Fuente: SPSS-V17.

Al ejecutar la regresión lineal de las variables independientes, actualización e innovación del conocimiento con respecto a la variable dependiente Y1: Competitividad se obtuvieron los siguientes resultados. Durbin-Watson comprueba la independencia de residuales, detecta la presencia de **auto correlación** de primer orden en los residuales en una regresión, el valor Durbin-Watson arrojando es un valor de 1.541 asegurando que no existe auto correlación en el modelo mostrando una regresión lineal valida (rango aceptado entre 1.5 a 2.5), con coeficientes de correlación aceptadas (r) entre 61.6% para el modelo 1 y 67.9% para el modelo 2, al igual que los coeficientes de determinación (r^2) entre 37.9% para el modelo 1 y 46.2% para el modelo 2 (véase tabla 6).

Tabla 6. Resultados de la regresión lineal con Y1.

Model Summary ^d										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.616 ^a	.379	.370	.58615	.379	42.110	1	69	.000	
2	.679 ^b	.462	.446	.54978	.083	10.437	1	68	.002	1.541

a. Predictors: (Constant), X2
 b. Predictors: (Constant), X2, X1
 d. Dependent Variable: Y1
 Fuente: SPSS-V17.

Para determinar el modelo que refleja significancia entre las variables podemos observar que no se muestra **multicolinealidad** entre las variables independientes mostrando una colinealidad aceptables mediante el índice de factor de inflación de varianza (VIF) debido a que son menores a 10 (véase tabla 7).

Tabla 7. Índice de factor de inflación de varianza para Y1.

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.954	.368		2.594	.012					
	X2	.691	.106	.616	6.489	.000	.616	.616	.616	1.000	1.000
2	(Constant)	.728	.352		2.069	.042					
	X2	.437	.127	.389	3.433	.001	.616	.384	.306	.617	1.622
	X1	.337	.104	.366	3.230	.002	.607	.365	.287	.617	1.622

a. Dependent Variable: Y1
 COLINEALIDAD ENTRE VARIABLES INDEPENDIENTES VIF < 10
 Fuente: SPSS-V17.

Análisis de Varianza

El análisis de varianza ANOVA compara las medias de cada variable para demostrar que existe independencia entre las variables independientes, por lo que se deduce que cualquiera

de los 2 modelos de la tabla 8 muestra independencia contra las otras variables por tener una significancia por debajo del 5%.

Tabla 8. Análisis de Varianza ANOVA para Y1.

ANOVA ^c						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.468	1	14.468	42.110	.000 ^a
	Residual	23.707	69	.344		
	Total	38.175	70			
2	Regression	17.621	2	8.811	29.149	.000 ^b
	Residual	20.554	68	.302		
	Total	38.175	70			

a. Predictors: (Constant), X2
 b. Predictors: (Constant), X2, X1; c. Dependent Variable: Y1

Fuente: SPSS-V17.

T-Student

De acuerdo a las significancias de la Tstudent considerando (véase tabla 7) un error estimado menor al 5%, podemos concluir que las variables que impacta significativamente a la competitividad en las empresas de Servicios del Estado de Nuevo León son la X1 = Actualización del conocimiento de los empleados, tener un valor de significancia del 0.1% y la X2 = Innovación del conocimiento de los empleados, por tener un valor de significancia del 0.2%. La ecuación lineal del presente artículo para la variable dependiente Y1 “Competitividad” quedaría de la siguiente manera.

$$\hat{Y}_1 = 0.728 + 0.337 X_1 + 0.437 X_2 + \epsilon$$

Al ejecutar la regresión lineal de las variables independientes, actualización e innovación del conocimiento con respecto a la variable dependiente Y2: Desempeño Económico se obtuvieron los siguientes resultados. Durbin-Watson comprueba la independencia de residuales, detecta la presencia de **auto correlación** de primer orden en los residuales en una regresión, el valor Durbin-Watson arrojando es un valor de 2.146 asegurando que no existe auto correlación en el modelo mostrando una regresión lineal valida (rango aceptado entre 1.5 a 2.5),

con coeficientes de correlación aceptadas (r) entre 61.2% para el modelo 1 y 68% para el modelo 2, al igual que los coeficientes de determinación (r^2) entre 37.5% para el modelo 1 y 46.3% para el modelo 2 (véase tabla 10). Y para determinar el modelo que refleja significancia entre las variables podemos observar que no se muestra **multicolinealidad** entre las variables independientes mostrando una colinealidad mediante el índice de factor de inflación de varianza (VIF) aceptables menores a 11 (véase tabla 11).

Tabla 10. Resultados de la regresión lineal con Y2.

Model Summary ^c						Change Statistics				
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson	
1	.612 ^a	.375	.57608	.375	41.406	1	69	.000		
2	.680 ^b	.463	.53811	.088	11.080	1	68	.001	2.072	

a. Predictors: (Constant), X2
 b. Predictors: (Constant), X2, X1
 c. Dependent Variable: Y2

Fuente: SPSS-V17.

Tabla 11. Índice de factor de inflación de varianza para Y2.

Coefficients ^a						Collinearity Statistics					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part		
1	(Constant)	1.232	.361		3.410	.001					
	X2	.673	.105	.612	6.435	.000	.612	.612	.612	1.000	1.000
2	(Constant)	1.005	.344		2.918	.005					
	X2	.417	.124	.379	3.349	.001	.612	.376	.298	.617	1.622
	X1	.340	.102	.377	3.329	.001	.612	.374	.296	.617	1.622

a. Dependent Variable: Y2
 COLINEALIDAD ENTRE VARIABLES INDEPENDIENTES VIF < 10

Fuente: SPSS-V17.

Análisis de Varianza

El análisis de varianza ANOVA compara las medias de cada variable para demostrar que existe independencia entre las variables independientes, por lo que se deduce que cualquiera

de los 2 modelos de la tabla 12 muestra independencia contra las otras variables por tener una significancia por debajo del 5%.

Tabla 12. Análisis de Varianza ANOVA para Y2.

		ANOVA ^c				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.741	1	13.741	41.406	.000 ^a
	Residual	22.899	69	.332		
	Total	36.640	70			
2	Regression	16.949	2	8.475	29.267	.000 ^b
	Residual	19.690	68	.290		
	Total	36.640	70			

a. Predictors: (Constant), X2 b. Predictors: (Constant), X2, X1 c. Dependent Variable: Y2

Fuente: SPSS-V17..

T-Student

De acuerdo a las significancias de la Tstudent considerando (véase tabla 11) un error estimado menor al 5%, podemos concluir que las variable que impactan significativamente al desempeño económico en las empresas de Servicios del Estado de Nuevo León es la X1 = Actualización del conocimiento de los empleados, por tener un valor de significancia del 0.1% y la X2 = Innovación del conocimiento de los empleados, por tener un valor de significancia del 0.1%. La ecuación lineal del presente artículo para la variable dependiente Y2 “Desempeño Económico” quedaría de la siguiente manera.

$$\hat{Y}_2 = 1.005 + 0.340 X_1 + 0.417 X_2 + \epsilon$$

CONCLUSIONES

La variable actualización del conocimiento de los empleados afecta un 33.7% en la competitividad y un 34% en el desempeño económico, la variable innovación del conocimiento de los empleados afecta un 43.7% en la competitividad y un 41.7% en el desempeño económico, dos variables independientes se encuentran necesitadas de una buen manejo en las empresas con el fin de generar competitividad y desempeño económico, las estrategias planeadas y los

proyectos de trabajo que se vuelven cada vez más complejos, demandando flexibilidad, trabajo interdisciplinario y soluciones innovadoras (Flores, 2007).

Salvador Estrada y Gabriela Dutrénit (2007), comentan que la innovación del conocimiento de los empleados y actualización del conocimiento son necesarios para acometer cualquier objetivo innovador. Con el presente artículo existe un esfuerzo sistemático en el manejo del conocimiento que propone que el conocimiento de los empleados pueda ponerse al servicio de los objetivos de la empresa. La actualización del conocimiento mediante la capacitación, muestran resultados donde existe una influencia estadísticamente significativa del conocimiento sobre el desempeño competitivo de la empresa. El gran objetivo de los procesos del conocimiento es la innovación, algo que las organizaciones precisan para sobrevivir y, evidentemente para crecer (Valhondo, 2003). La innovación en el conocimiento es la base para utilizar las competencias para generar nuevo conocimiento necesario para competir a nivel global (Carmona, 2006). La gestión de la innovación, que ayuda a recorrer la creación de conocimiento está en su más tierna infancia y que necesitamos desarrollar una disciplina en toda su extensión, con sus contornos, separados de la tecnología y la ciencia, y con sus herramientas de gestión. Aunque será una gestión diferente a la convencional, y esa es otra importante cuestión, solo si la incorporamos al acervo de las capacidades directivas podremos diseñar organizaciones innovadoras (Arbonies, 2006).

BIBLIOGRAFIA

Arbonies, A. (2006). Conocimiento para Innovar. Cómo evitar la miopía en la gestión del conocimiento. Editorial Díaz de Santos.

- Carmona, W. G. (2006). *Gestión del Conocimiento. Inteligencia de Empresa*. [Biblioteca Digital UANL]. Disponible en: <http://www.dgb.uanl.mx>
- Cashin, W. E. (1988). *Students Ratings of Teaching: A Summary of the Research*. Kansas State University. Kansas: Center for Faculty Evaluation & Development.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 297-334.
- Díaz, C. (2004). *Ciencia Tecnología y Sociedad*. 2ª. Edición Editorial científico técnica. La Habana p.69.
- Crossan, M., Lane, H. & White, R. (1999). An organizational learning framework: From intuition to institution, *The Academy of Management Review*, Vol. 24, No. 3, p. 522.
- Estrada, S., & Dutrénit, G. (2007). *Gestión del conocimiento en PYMES y desempeño competitivo*. Tesis doctoral: Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco.
- Flores, M. (2007). *Una forma de administrar el conocimiento dentro de las organizaciones* [Biblioteca Digital UANL]. Disponible en: <http://www.dgb.uanl.mx>
- Nonaka, I. & Takeuchi H. *The knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Ed. Oxford University Press, Nueva York.
- Orta, M. (2007). *Una forma de administrar el conocimiento dentro de las organizaciones. El Financiero*: [Biblioteca Digital UANL]. Disponible en: <http://www.dgb.uanl.mx>
- Thomas, D. (1998). *Working Knowledge: How Organization Manage What then Know*. Harvard Business School Press.
- Thomas, S. (2001). *The Wealth of Knowledge*. Editorial Currency.
- Valhondo, D. (2003). *Gestión del conocimiento, del mito a la realidad*. Editorial Díaz de Santos.



MODELO DE CLÚSTER PARA EL SECTOR AUTOMOTRIZ METALMECÁNICO DE LA REGIÓN LAGUNERA

*Ulises Mejía Domínguez,
Universidad Autónoma de Coahuila.
umedo2@yahoo.com.mx
Mexicano.*

*María de Jesús de León Olivares,
Universidad Autónoma de Coahuila.
mariadejesus_d@yahoo.com.mx
Mexicana.*

*Sandra López Chavarría
sandy05@hotmail.com
Mexicana.*

*Fecha de envío: 21/Abril/2015
Fecha de aceptación: 17/Mayo/2015*

RESUMEN

Coahuila es considerado un estado industrializado relativamente reciente. En la segunda mitad de los años noventa se registró el despliegue industrial y, a partir de entonces, la expansión de actividades industriales en las regiones Norte, Laguna y Sureste ha seguido el patrón de la producción mundial predominantemente desde los años setenta, en que los productos finales son ensamblados básicamente con partes producidas en plantas localizadas alrededor del mundo. Uno de los principales sectores manufactureros es el automotriz. En este artículo se analiza la importancia de la región como unidad de análisis, se puede complementar entonces con la óptica de cada sistema regional y de sectores integrados. Por todo esto, este artículo busca identificar las redes (networks) o clústeres del conjunto de actores que dan por resultado las ventajas competitivas presentes o potenciales de una región y/o de una industria específica en este caso la automotriz-metal mecánica en la región Lagunera.

Palabras clave: Clúster, desarrollo industrial, desarrollo regional, Triple Hélice,

INTRODUCCIÓN

En la Región Lagunera el crecimiento de ramas industriales como la industria del vestido, del mueble, metal-mecánica, lechera, tecnologías de comunicación y minera ha sido gracias al esfuerzo individual de los empresarios. La base del crecimiento económico en la región Lagunera ha sido inicialmente la actividad agrícola mediante el cultivo del algodón que logró una importante posición económica durante mucho tiempo. Debido a los años de crisis, sequía, dumping o caída del mercado, se determinó el cambio del monocultivo lagunero, logrando el florecimiento de la cuenca lechera más importante del país, con 400,000 cabezas de ganado lechero en producción y ocho millones de litros diarios de leche; sin embargo la utilización de la mano de obra es muy limitada, de acuerdo al INEGI (2010) para el año 2010 la distribución de la Población Económicamente Activa clasificada por regiones en Coahuila de Zaragoza consideró que la mayor concentración de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada se encuentra en la Región Lagunera con 336 mil 224 trabajadores a pesar de esto, también presentó la mayor tasa de desocupación, ya que el 7.7 % de la PEA se encontraba desocupada. (*Cuadro No. 1*)

Población Económicamente Activa por Regiones 2010*

Región	Población Económicamente Activa	Población ocupada	Población desocupada
TOTAL	1,078,100	1,009,845	68,255
Carbonífera	63,073	59,429	3,644
Centro	147,533	139,806	7,727
Laguna	364,312	336,224	28,088
Norte	149,027	140,836	8,191
Sureste	354,155	333,550	20,605

* Se consideran los datos más actuales basados en el Censo de Población y Vivienda 2010 desglosados por municipios

Fuente: Cuadro de elaboración propia con datos de INEGI, con datos a junio de 2010

Cuadro No. 1: Fuente Secretaria de Desarrollo Económico de Coahuila con datos de INEGI

2010

La dinámica de la economía en el estado de Coahuila de Zaragoza se refleja en las Tasas Medias de Crecimiento Anuales (TMCA) que para el período de cinco años según el INEGI (2010) tuvo una TMCA de crecimiento anual de 1.5% del total de las actividades económicas. El efecto que tuvo la TMCA sobre el producto estatal se aprecia en una tasa negativa de 13.5 % para el 2009, sin embargo la estabilización de la economía nacional permitió que un año después tuviera una recuperación con un incremento de 12.8 %.

En los últimos 11 años la Inversión Extranjera Directa (IED) acumuló un total neto de 3 mil 109 millones de dólares. En ella se denota el incremento importante que le otorgó los proyectos de inversión del sector automotriz principalmente, cuando pasó de 1 mil 665 mdd para el año 2007, a 2 mil 804 mdd en el 2008. En este año la variación porcentual del acumulado fue del 68.4%.

Coahuila es considerado un estado industrializado relativamente reciente. Hasta antes de la apertura de la economía Mexicana a mediados de los años ochenta e incluso hasta antes de la puesta en práctica del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC) en 1994, había dos enclaves industriales de importancia, uno en Monclova y otro en Saltillo, ambos asociados en gran medida a las industrias del acero y automotriz. En la segunda mitad de los años noventa se registró el despliegue industrial y, a partir de entonces, la expansión de actividades industriales en las regiones Norte, Laguna y Sureste ha seguido el patrón de la producción mundial predominantemente desde los años setenta, en que los productos finales son ensamblados básicamente con partes producidas en plantas localizadas alrededor del mundo. Uno de los principales sectores manufactureros es el automotriz.

El desarrollo industrial en las diferentes regiones de Coahuila de Zaragoza, se ha llevado a cabo en base a las vocaciones productivas, mismas que representan las características laborales y económicas de cada región, esto ha dado origen a la identificación de las regiones como centros de competitividad industrial, o sistemas regionales de producción e innovación que surgen alrededor de los recursos y ventajas más evidentes de cada región. En este proyecto, la importancia de la región como unidad de análisis, se puede complementar entonces con la óptica de cada sistema regional y de sectores integrados. El resultado será identificar las redes (networks) o clústeres del conjunto de actores que dan por resultado las ventajas competitivas presentes o potenciales de una región y/o de una industria específica en este caso la automotriz-

metal mecánica. En todos los casos la conclusión no puede orientarse sobre la base técnica-industrial heredada o vocaciones productivas alrededor de la cual se desarrollan los principales sectores de la economía regional. (*Cuadro No. 2*)

Vocaciones Productivas por Región

REGION SURESTE	REGION LAGUNA	REGION CENTRO	REGION CARBONIFERA	REGION NORTE
Automotriz	Textil	Siderúrgico	Minería	Maquila de exportación
Textil	Agroalimentario	Metalmecánico		
Aeroespacial	Tecnologías de Información			
Tecnologías de Información	Siderúrgico			
Agroalimentario				

Fuente: Cuadro de realización propia

Cuadro No. 2: Fuente Secretaria de Desarrollo Económico de Coahuila

Considerando lo anterior, se puede decir que no existe un incremento sostenido de inversión que permita la generación de empleo así como el incremento de los ingresos de los trabajadores.

La capacidad de atraer inversión tanto nacional como extranjera tiene como premisa fundamental la creación de un entorno que garantice seguridad jurídica a los inversionistas, infraestructura suficiente para los procesos productivos y acceso a los mercados. Un aspecto básico para el inversionista extranjero es contar con un mercado interno que permita volúmenes atractivos de mercado para la consolidación de sus planes de inversión. El poder económico de una empresa multinacional de la industria automotriz y sus efectos multiplicadores, pueden por si solos cambiar las expectativas de una localidad o región del país. En la actualidad, los diferentes estados del país actúan en competencia en su legítimo derecho por atraer inversiones.

El mercado de la industria armadora y de autopartes de vehículos presenta mayores oportunidades considerando mayores volúmenes de producción. Coahuila, por ejemplo, con cuatro industrias armadoras de vehículos muy importantes (Cuadro 3) requiere proveedores de partes, componentes y materiales en grandes volúmenes, careciendo la entidad de la industria correspondiente para la satisfacción de sus necesidades. No existen las facilidades requeridas para la generación de mayor nivel de empleo y producción orientada a la conformación de los encadenamientos productivos, permitiendo mayor valor agregado con contenido local, regional y nacional al producto final fabricado.

Producción	Nombre	Ubicación	Número de empleados
Vehículos ligeros	Chrysler	Ramos Arizpe	1500
Vehículos ligeros	Chrysler	Saltillo	4390
Vehículos ligeros	GM	Ramos Arizpe	4200
Vehículos pesados	Daimler	Saltillo	Sin dato

Cuadro No. 3 Generación de empleo en Estado de Coahuila: Fuente Elaboración propia con datos de AMIA

Podemos decir que no existe un orden central que permita orientar a la industria automotriz-metal mecánica interesada en localizarse en la región, dirigiéndola hacia aquellas empresas que posibiliten el conformar los agrupamientos o “clústeres” necesarios para la industria y fortalecer los vínculos proveeduría-empresas armadoras, eficientando y mejorando sus términos de competitividad en el mercado mundial.

Revisión Bibliográfica.

“Un clúster es una concentración geográfica de empresas e instituciones asociadas en un campo particular, vinculadas por características comunes y complementarias que compiten pero también cooperan” (Porter, 1980). La formación de clusters es un nuevo paradigma que surgió de los estudios de (Porter, 1980) para explicar la competitividad, así como la desaparición de empresas. El clúster está ligado a la innovación y productividad, la capacidad de relacionarse de las empresas de un mismo giro o similares que se integran para crecer. Los clusters son concentraciones geográficas de compañías interconectadas e instituciones en un campo particular, unen y ordenan industrias relacionadas y otras entidades importantes para la competencia. Incluyen por ejemplo, proveedores de material especializado, tales como componentes de maquinaria y servicios y surtidores de infraestructura especializada, con frecuencia se extienden a los fabricantes de productos complementarios y a las compañías e industrias relacionadas por su experiencia, tecnología o artículos comunes. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) definió el clúster económico como la red de producción de empresas interdependientes (que incluye proveedores especializados) vinculados entre sí en una cadena de valor producción que añade valor y en algunos casos también comprenden alianzas estratégicas con universidades, institutos de investigación, servicios empresariales intensivos en conocimientos, instituciones puentes, comisionistas, consultores y clientes”. (OCDE, 1999)

El clúster es un paradigma utilizado por los países desarrollados formado por empresas del mismo ramo, en una región determinada, dedicadas a innovar a través de la tecnología de punta, los apoyos financieros y la mejora en los procesos de producción que elevan la productividad de las empresas y promueven el desarrollo económico y el bienestar social. Se forma una agrupación mediante una organización integradora de industrias del mismo ramo, localizadas en una región determinada con el fin de mejorar la tecnología, promover la innovación, aumentar la productividad y mejorar la capacidad de producción al hacer ventas comunes para disminuir sus costos al comprar en volumen.

Según Sölvell, (2008) “El clúster puede nacer sin existir una región de fabricantes, ni una vocación industrial regional, puede surgir de la nada”. En el Norte de Suecia hay una región de grandes lagos congelados en el invierno que los fabricantes de autos de invierno aprovechan para probarlos, con el tiempo se fueron estableciendo talleres, en una región con una densidad de población muy baja y poco a poco se fue convirtiendo en lo que ahora es un clúster automotriz.

La integración de clústeres regionales

La integración de clústeres regionales alrededor de autos, motores y otras partes ha sido una tendencia bastante común a los países en que las grandes transnacionales automotrices se instalan. Según Unger (2003) “El desarrollo de encadenamientos locales o regionales es en cierta forma natural y los casos de más éxito dependen de aprovechar también las capacidades industriales ya existentes con antelación a la nueva actividad, usualmente capacidades relacionadas con recursos naturales locales, como otros autores han anticipado para el contexto latinoamericano”.

Encuesta Global de Iniciativas de Clúster.

La Global ClusterInitiativeSurvey (GCIS, Encuesta Global de Iniciativas de Clúster) es un proyecto de investigación que explora proyectos de competitividad microeconómica por todo el mundo. Estos proyectos pueden aparecer en varias formas y conocerse por distintos nombres (por ejemplo: redes de desarrollo de pequeñas y medianas empresas, proyectos de clúster, iniciativas regionales de competitividad, parques científicos), pero todos pueden designarse iniciativas de clúster. Utilizando una encuesta en línea, la GCIS recoge datos sistemáticos sobre la manera de organizarse de estos proyectos, cómo funcionan, y qué impacto tienen. También cubre el contexto económico y social en que se realiza cada proyecto. El propósito es contribuir al conocimiento de las prácticas y los motivadores de los logros. La GCIS se llevó a cabo por primera vez en 2003, y produjo la primera base de referencia a gran escala de iniciativas de clúster en distintos lugares del mundo. La encuesta fue financiada por la Agencia Sueca de Sistemas de Innovación (VINNOVA), y los resultados fueron presentados en el Cluster Initiative Greenbook, puesto en circulación por primera vez en la 6ta conferencia global de The Competitiveness Institute, en Gotemburgo, septiembre de 2003.

Las Iniciativas De Clústeres

De acuerdo a Ketels, C., Lindqvist, G., & Sölvell, Ö. (2012) hace diez años las iniciativas de clústeres eran básicamente ideas emprendedoras y no tenían formas claras, robustas y legales para protegerse, en tanto las políticas no eran muy claras de manera contextual, a través del tiempo fueron ganando legitimidad en todo el mundo ahora toda país, región y las Agencias internacionales de ayuda tienen alguna política o asociatividad de clúster.

Según Ketels, C., Lindqvist, G., & Sölvell, Ö. (2012) En el 2007 el Observatorio Europeo de Clúster fue creado para ofrecer información sobre las formas de organización de clústeres en 600 industrias y 400 regiones. En el 2013 US Department of Commerce en colaboración con Harvard Bussines School lanzarán el proyecto web. Cluster Mapping tool (<http://www.clustermapping.us>).

Ketels, C., Lindqvist, G., & Sölvell, Ö. (2012) Consideran de acuerdo a los resultados de las encuestas que uno de los factores más importantes para que las iniciativas de clúster sean exitosas son:

- La confianza e influencia en el Gobierno Estatal y Municipal.
- Las políticas de apoyo deben estar precisas y claras en relación al tema de clúster.
- La obtención de financiamiento gubernamental en proyectos específicos relativos a clústeres.
- No existe un efecto positivo de actuación en iniciativas de clúster si el Gobierno involucra a las empresas de su preferencia.
- Las Iniciativas de Clústeres se deben conformar por empresas que están en un área no mayor de distancia de una hora en el mismo nivel de la cadena de valor.

Caso Mexicano: Clúster Monterrey

El CLAUT (Clúster Mexicano Automotriz) de Nuevo León, A.C. es una asociación civil compuesta por fabricantes de primer nivel de la industria automotriz e instituciones académicas y gubernamentales relacionadas con el ramo, desde las armadoras de vehículos hasta los proveedores de primero, segundo y tercer nivel, mejor conocidos como "Tier1", "Tier2" y "Tier3" así como las empresas de soporte a la Industria Automotriz tales como las empresas de servicios de logísticas, de consultoría, etc. En el Clúster Automotriz de Nuevo León se trabaja por medio de Comités. Actualmente son 10 los grupos de trabajo.



Figura 1: Fuente: <http://claut.com.mx/>

Materiales y Métodos.

Los estudios de Casos según (Hernández, 2008) “Son estudios que al utilizar los procesos de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta: analizan profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar alguna teoría”. También son considerados como una clase de diseño, a la par de los experimentos, no experimentales y cualitativos. Otros autores lo señalan como un asunto de muestreo o diseño etnográfico. El grupo focal o "grupo de discusión" (*focus group* en inglés) es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público. Esta técnica se usó para la fase de pre-factibilidad de conformación de clúster.

Las Técnicas específicas para los resultados que se muestran en esta ponencia son las siguientes:

- Estudios de casos: Clúster automotriz de Monterrey.
- Focus group a empresarios del sector, especialistas de la academia y Cámaras. (Cuadro 4)

Fase	Acciones
Pre-factibilidad	Detección de Actores
	Entrevista a Todos los Eslabones de la Cadena, incluyendo las instituciones gubernamentales involucradas
	Analizar el sector. Censar las oportunidades de negocios. Identificación de las áreas con mayor potencialidad para desarrollar aspectos productivos de la cadena.
	Relevar las fortalezas y debilidades de los distintos eslabones de la cadena.
	Clasificar a las empresas de acuerdo con nivel de proveeduría

	Conformar un grupo de empresarios interesados.
	Informe

Cuadro No. 4: Fuente Elaboración propia 2013

RESULTADOS

De acuerdo a la metodología utilizada, la percepción sobre la iniciativa de formar un clúster entre los empresarios del sector en este caso automotriz fue:

- Estar totalmente de acuerdo para que en la integración se solucionara la problemática de desarrollo de proveeduría local, desarrollo de capital humano e infraestructura y vinculación con universidades.
- Sentir desconfianza por no conocer el concepto de clúster
- Estar de acuerdo por que las alianzas favorecen la competitividad y el crecimiento del sector
- Estar de acuerdo para la conformación para fomentar la atracción de nuevas inversiones.

A partir de la información se diseñó un Plan estratégico de operación para la conformación del Clúster de manera formal.

“Plan estratégico para conformar un clúster de la industria automotriz-metal mecánica”

Misión

Nuestra misión es lograr una sinergia entre empresas, universidades, y las organizaciones gubernamentales para el desarrollo de la industria automotriz de la Laguna, del que surjan proyectos comunes que ayuden a incrementar la competitividad del sector y el crecimiento de nuevos negocios con soluciones innovadoras.

Visión futura del clúster automotriz metal mecánico de la Región Lagunera

- Integrarse con las empresas que forman los clústeres de la región noreste, y que cuentan con 198 plantas en los estados de Chihuahua, Nuevo León, Coahuila, Tamaulipas y Aguascalientes. Esto debido a la cercanía en un radio de 500 kilómetros que permite tiempos de entrega más rápidos.
- Consolidar una Industria de Autopartes en la región lagunera, aprovechando la cercanía geográfica, la capacidad empresarial y nexos de los industriales de la región con la economía de los Estados Unidos de América.
- Integrar a la pequeña y mediana industria manufacturera, a la cadena de partes/componentes de la industria automotriz para satisfacer sus expectativas de crecimiento.
- Aprovechar la capacidad disponible para la producción de materiales/materias primas derivadas del acero, vidrio, plástico en los encadenamientos de la Industria Automotriz y de Autopartes. Se deberán considerar las oportunidades locales, regionales y nacionales, teniendo en cuenta la capacidad disponible en el Estado.



Figura No .2: Fuente elaboración propia

CONCLUSIONES

Por lo aquí expuesto podemos concluir que Considerando que la clusterización es un proceso de desarrollo económico que ha tenido éxito en los países más avanzados, se consideró importante no limitar la investigación y la observación fáctica a los datos de la estructura económica y la vigilancia tecnológica o Benchmarking para adoptar o regionalizar las mejores prácticas, el éxito de este proyecto depende de la voluntad de los agentes locales (empresarios) de participar en él, de interactuar con operadores externos, Universidades, centros de apoyo y cámaras para colaborar.

La Triple Hélice de acuerdo al concepto de Etzkowitz (1993) expresa una vinculación entre la academia, el gobierno y la Iniciativa privada para el desarrollo regional, para generar nuevos formatos institucionales y sociales para la producción, la transferencia y aplicación del conocimiento. Los clústeres permiten el acercamiento y la coordinación de los actores de la Triple Hélice, sin embargo de acuerdo a los estudios de Iniciativas de Clústeres el papel de cada uno de estos actores debe estar delimitado para que logren los objetivos del mismo.

Referencias

Claut . (s.f.). Obtenido de Claut : www.claut.com.mx

Lindqvist, G. (s.f.). *Cluster research* . Obtenido de http://www.cluster-research.org/gcis_spa.htm

Porter, M. (2000). *ESTRATEGIA COMPETITIVA: TECNICAS PARA EL ANALISIS DE LOS SECTORES INDUSTRIALES Y DE LA COMPETENCIA*. Patria .

Sölvell, O. (2009). *Clusters: Equilibrando Fuerzas Evolutivas y Constructivas*. Estocolmo.



BENEFITS AND REALITIES FOR THE SYNERGY OF INTERNATIONAL TRADE

*Mayagoitia Yong Gabriel, Dr.
Universidad Autónoma de Nuevo León.
Facultad de Contaduría Pública y Administración.
Cd. Universitaria, San Nicolás, N.L., México.
gabriel_mayagoitia@yahoo.com
Mexicana*

Fecha de envío: 09/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 17/Junio/2015

Resumen

Desde Noviembre del 2001 el Gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica lanzó el programa “Customs-Trade Partnership Against Terrorism” (C-TPAT), a partir de esa fecha más de 10,000 asociados certificados han sido aceptados en el programa. (De Estados Unidos, México y Canadá) Transportistas, Despachos de Aduana Terrestres y Marítimos, Consolidadores de Carga, Fabricantes; Etc.

El Gobierno Mexicano complementa dicho esquema con el NEEC: Nuevo Esquema de Empresa Certificada, en este año 2015, será el año del reconocimiento mutuo entre los programas de certificación, vamos a revisar los beneficios y las realidades de esta sinergia en el comercio internacional.

Keywords:

Cadena de Suministros, Seguridad, C-TPAT, NEEC, Comercio Internacional

Introducción

Tras los ataques del 11 de Septiembre, entidades públicas y privadas reconocieron la necesidad de proteger la cadena de suministro global de la intrusión de terroristas. Más allá de la pérdida de vidas humanas, las interrupciones de la cadena de suministros puede tener impactos negativos; estas incluyen la disminución de los ingresos y retrasos en las entregas, resultando en la insatisfacción del cliente, afectando la percepción de la fima. Hendricks y Singhal (2005).

Dichos hechos han demostrado que impactan significativamente en la devaluación de precio de las acciones de las empresas afectadas. Los esfuerzos para controlar la seguridad de la cadena de suministros son obstaculizados por la complejidad, el tamaño y la interdependencia de la red. Speier (2011).

Por tal motivo los Estados Unidos de Norte América desarrollaron un mecanismo híbrido de gestión basado en la Asociación de Empresas Públicas, Privadas; “public-private partnership (PPP)” por sus siglas en Ingles. Entre el Gobierno de ése país y empresas privadas para conformar la Alianza Aduana-Comercio contra el Terrorismo o “Customs-Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT)”. Kleindorfer y Saad (2005).

El C-TPAT es administrado a través de la aduanas y protección fronteriza, “U.S. Customs and Border Protection (CBP),” que es una División del Departamento Estadounidense en la Defensa de la Patria, “U.S. Department of Homeland Security (DHS)”, el cual se describe como un programa de asociación voluntaria entre el Gobierno/y el sector privado, para asegurar la cadena de suministros y facilitar la carga legítima con sus transportes. C-TPAT busca la creación de una cadena de suministros SEGURA.

Esto se logra asegurando empresas certificadas que emplean medidas de seguridad adecuadas y que requieren que sus socios comerciales en la cadena de suministros la aumenten también. De ésta manera el C-TPAT será capaz de llegar más allá de las empresas certificadas y de implementar las mejores prácticas de seguridad en la empresas sobre una base global.

PPP se ha aplicado en muchos contextos fuera de seguridad, incluyendo transporte, educación, construcción y gestión financiera. Wettenhall (2003) y Stewart (2009). El uso sostenido es el último éxito del PPP. Una medida de Éxito del C-TPAT es el crecimiento de las empresas certificadas.

C-TPAT fue propuesto en Noviembre de 2001 e implementado en Abril de 2002. Sheuet (2006). A Noviembre de 2004, sus miembros habían crecido hasta 7,400 socios. U.S. Customs and Border Protection (2004). Este número aumento a 10,572 en Julio 2013, 41% de los cuales son Importadores Nacionales; 29% son Transportistas (Terrestre, FFCC, mar y aire); 12% Fabricantes extranjeros; 9% Fletes Consolidados; 8% Agentes Aduanales y 0.6% Puertos Marítimos, U.S. Customs and Border Protection (2013).

Con el paso del tiempo, se reforzada la necesidad de extender la variable seguridad, como factor crítico de la cadena de suministros que impactan al comercio internacional; Los Estados Unidos de América, apoya a sus principales socios internacionales, y ellos han respondido con una serie de programas, tomando como base el C-TPAT, con el fin de reducir significativamente el impacto en sus economías para convertirse en un socio certificado e incrementar la sinergia.

Más que nunca, la protección de la seguridad de cada país dependerá del dinamismo, la innovación en las legislaturas y el efectivo control de la políticas de Exportación/Importación que reconozcan la mejora de la seguridad nacional se logrará a través de la certificación de las empresas. La Seguridad Nacional de los Estados Unidos se soporta y mantiene a través de la innovación en sus procesos tecnológicos de punta. (Barragán J. & Mayagoitia, G. 2006)

Reconocimiento Mutuo del C-TPAT.

Reconocimiento Mutuo refiere aquellas actividades asociadas con la firma de un documento entre U.S. Customs and Border Protection (CBP) y Administración de Agentes Aduanales extranjeras donde se provee el intercambio de información. El documento menciona como un “Arreglo” donde se señala que los requerimientos o estándares de seguridad del programa de socios industriales extranjeros, como la validación o auditoria de sus procesos, son los mismos o similares a los programa C-TPAT.

El concepto esencial del reconocimiento mutuo, que el C-TPAT y los programas extranjeros sean compatibles en la teoría y la práctica, de tal manera que un programa reconozca los resultados de la validación del otro programa. El reconocimiento mutuo se refleja en Marco Internacional de la Organización Mundial de Agentes Aduanales que aseguren y faciliten el comercio internacional, como una estrategia diseñada con el soporte de los Estados Unidos de América que permite a las administraciones aduaneras a trabajar juntos para mejorar la capacidad de detectar envíos de alto riesgo y acelerar el movimiento de carga legítima.

A través del reconocimiento mutuo, los programas de asociación industrial internacional están ligados, por ello juntos crearán de manera unificada y sostenible una postura asistencia en seguridad y facilitar el comercio mundial de carga. El reconocimiento Mutuo promueve la seguridad de la cadena de suministros de extremo a extremo basado en la participación del programa.

Estado Actual de los programas de Mutuo Reconocimiento.

A Diciembre del 2014 los siguientes programas ya tienen firmado su acuerdo de Mutuo Reconocimiento.

PAIS	FECHA MRA	NOMBRE DEL PROGRAMA
New Zealand	June-07	New Zealand Customs Service's Secure Export Scheme Program.
Canada	June-08	Canada Border Services Agency's Partners in Protection Program.
Jordan	June-08	Jordan Customs Department's Golden List Program.
Japan	June-09	Japan Customs and Tariff Bureau's Authorized Economic Operator Program.
Korea	June-10	Korean Customs Service's Authorized Economic Operator Program.
European Union	May-12	European Union's Authorized Economic Operator Program.
Taiwan	November-12	Directorate General of Customs, Taiwan Ministry of Finance's – Authorized Economic Operator Program.*
Israel	June-14	Israel Tax Authority's Authorized Economic Operator Program.
Mexico	October-14	Mexico Tax Administration Service's New Scheme of Certified Companies (NEEC) Program
Singapore	December-14	Singapore Customs' Secure Trade Partnership (STP) Program

*Nota: El Acuerdo Mutuo fue firmado entre el Instituto Americano en Taiwan (AIT) y La Oficina Representativa de la Economía y Cultura de Taipei (TECRO) en los Estados Unidos de América.

CBP y C-TPAT siempre estarán abiertos a sugerencias para beneficios potenciales y es bienvenido cualquier retroalimentación de los socios, de la comunidad comercial o de otros programas de seguridad de la cadena de suministros.

(U.S. Customs and Border Protection. 2015).

Diagrama No. 1 Estatus de los Programas de Reconocimiento Mutuo con el US (CBP . C-TPAT)

Metodología:

Descripción de los Programas (NEEC / C-TPAT)

Custom – Trade Partnership Against Terrorism. (C-TPAT).

El programa Customs-Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT) es más que una capa de Aduanas y protección fronteriza, es una estrategia de multicapas a través del programa de CBP (Custom Border Protection) quienes trabajan con la comunidad comercial para fortalecer las cadenas de suministro internacionales y mejorar la seguridad fronteriza de Estados Unidos de América.

C-TPAT es un programa de Asociación de voluntarios del sector público y privado que con el CBP pueden proporcionar el máximo nivel de seguridad de carga solamente a través de la estrecha cooperación con las partes interesadas en el principio de la cadena de suministro internacional.

Referencia CBP publicación No. 0192-0114 Enero de 2014.

El programa fue establecido como resultado directo de los trágicos eventos de Septiembre 11, 2001. Fue lanzado en Noviembre de 2001 con 7 de los mayores importadores. Hoy más de 10,650 compañías, jugadores clave en la cadena de suministro global, se han certificado como socios confiables, y más del 54% de todos los importadores de los Estados Unidos de América están certificados en C-TPAT. Los socios de C-TPAT, quienes trabajan con el CBP para proteger sus cadenas de suministro internacional han obtenido muchos beneficios. La guía referenciada fue desarrollada para ayudar a explicar los beneficios a los miembros de C-TPAT.

Beneficios para los Socios Certificados en C-TPAT:

- ✓ Reduce el nivel de revisión por los importadores de C-TPAT.
- ✓ Acceso a las líneas de Libre y Seguro Comercio. (FAST - Free and Secure Trade)
- ✓ Examen estratificado, beneficio para Socios importadores.
- ✓ Preferencia en la línea de Proceso.
- ✓ Proceso Comercial Acelerado.
- ✓ Acceso a un Especialista de Seguridad (C-TPAT) en Cadena de Suministro (SCSS).
- ✓ Acceso al portal de C-TPAT.
- ✓ Elegibilidad para Asistir a la conferencia anual de C-TPAT.
- ✓ Elegibilidad para participar en el programa de autoevaluación (ISA) del Importador.
- ✓ Reducciones en las penalizaciones.
- ✓ Elegibilidad para otros programas.

Nuevo Esquema de Empresa Certificada. (NEEC)

El Nuevo Esquema de Empresa Certificada (NEEC) es un programa que busca fortalecer la seguridad de la Cadena de Suministros del Comercio Exterior. Para hacer esto, es necesario la implementación de estándares mínimos internacionales reconocidos en materia de seguridad en coordinación con el sector privado y que otorga beneficios a las empresas participantes.

En cada caso, las compañías que deseen pertenecer al NEEC deben cumplir completamente los requerimientos, los cuales están resumidos en tres principios:

- ✓ Fiscal.
- ✓ Aduanero.
- ✓ Seguridad

Por otra parte, hay que saber que se trata de un esquema enfocado a la exportación y en una primera etapa está dirigido a empresas manufactureras y comercializadoras.

Beneficios del NEEC:

- ✓ Atención personal
- ✓ Carriles exclusivos
- ✓ Agilización en el despacho aduanero
- ✓ Simplificación y facilidades administrativas
- ✓ Servicios extraordinarios

Requisitos para obtener la certificación.

Hay que saber que, para poder ser parte de las NEEC y tener la opinión favorable debemos cumplir con:

- Haber efectuado operaciones de comercio exterior, por lo menos, tres años previos a la fecha de solicitud.
- Contar con certificado de sello digital para expedir comprobantes fiscales digitales de conformidad con el artículo 29 del Código Fiscal de la Federación.
- Presentar Solicitud de Opinión ante la Administración Central de Asuntos Internacionales (ACAI) de la Administración General de Aduanas para obtener la autorización; la cual se debe acompañar de la siguiente documentación:
- Copia simple de la documentación con la que se acredite la representación legal de la persona que suscribe la solicitud.
- Opinión positiva sobre el cumplimiento de obligaciones fiscales.
- Presentar y cumplir con los establecido en el formato denominado “Perfil de la empresa” debidamente requisitado y en medio magnético.

- Las empresas que quieran ser Certificadas serán aquellas que realicen operaciones de comercio exterior deben cumplir con lo siguiente:
- Que en los tres años previos a la solicitud de inscripción en el registro de empresas certificadas hayan efectuado operaciones de comercio exterior y cuenten con sello digital para expedir comprobantes fiscales digitales
- Elabore una solicitud en escrito libre con: nombre completo y el número de la patente o autorización del agente o apoderado aduanal autorizado para promover sus operaciones de comercio exterior, señalando su participación en cualquiera de los siguientes programas:

Programa	Nombre
IMMEX	Programa Industrial Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación.
PROSEC	Programa de Promoción Sectorial.
ECEX	Empresas de Comercio Exterior
ALTEX	Empresas de Comercio Exterior Altamente Exportadoras.

- ❖ El Número del certificado y la actividad primaria de la compañía debe ser declarada. (Secretaría de Hacienda y Crédito Público. 2014).
- A la solicitud deberá anexar los siguientes documentos:
- Copia certificada del acta constitutiva y sus modificaciones; cambio de denominación o razón social y, en su caso, copia de las actas en las que conste la fusión o escisión de la sociedad.
- Copia certificada de la documentación con la que se acredite la representación legal de la persona que suscribe la solicitud.
- Copia del comprobante de pago realizado a través del esquema electrónico e5cinco, con el cual se demuestre el pago del derecho que corresponda a la fecha de la presentación de la solicitud.
- Opinión favorable emitida por la Administración General de Aduanas, a través de la Administración Central de Asuntos Internacionales.
- Tras la presentación, el Servicio de Administración Tributaria emitirá una respuesta en un plazo no mayor a cuarenta días hábiles, contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud. En el caso de que haya transcurrido el plazo sin una resolución, se entenderá que la respuesta es negativa.
- Las empresas pueden renovar su autorización de inscripción en el registro de empresas certificadas siempre que presenten ante la Administración Central de Regulación Aduanera, dentro de los 30 días anteriores a que venza el plazo de vigencia de su registro.

Lista de Verificación del Nuevo Esquema de Empresa Certificada.

1. Planeación de la Seguridad en la Cadena de Suministros
2. Seguridad Física.
3. Controles de Acceso Físico.
4. Socios Comerciales
5. Seguridad de Procesos
6. Gestión Aduanera
7. Seguridad de los vehículos de carga, contenedores, carros de tren, remolques y/o Semi remolques.
8. Seguridad del Personal.
9. Seguridad de la información y documentación.
10. Capacitación en seguridad y concientización.

Reconocimiento Mutuo.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), establece que para el año 2015, México y Estados Unidos de America conseguirán el reconocimiento mutuo entre los programas aduanales de certificación NEEC y C-TPAT.

Con este reconocimiento se conceden los beneficios para la expeditar de manera bilateral las cargas legítimas de las empresas registradas.

El Gobierno de ambos países realizan varias etapas para garantizar que las empresas de comercio exterior realicen una única certificación que avale ambos programas, C-TPAT y NEEC, incluyendo cuestiones logísticas, cadena de suministros y beneficios económicos. En la actualidad NEEC cuenta con cerca de 300 empresas y C-TPAT alrededor de 10,000.

Según la SHCP, de las empresas que NEEC audita, menos del 1% son empresas exportadoras o importadoras. El NEEC provee facilidades administrativas y operativas como el uso de carriles Express en la Frontera, rectificaciones de maniobras, y ampliar los términos de las importaciones temporales, simplifica el proceso de “nacionalización” de materiales y reducción de multas.

Beneficios del Mutuo Reconocimiento.

Los acuerdos de reconocimiento mutuo son beneficios para los sectores público y privado. Alguno de los beneficios para la comunidad comercial incluyen:

Mejor Puntuación de Riesgo.- Los socios cubiertos por el Acuerdo de Mutuo Reconocimiento (MRA), por sus siglas en ingles, son considerados miembros de confianza en la comunidad de comercio por ambas administraciones aduaneras desde que sus estándares de seguridad han sido validados por la CBP o la Administradora de Aduanas Extranjeras; por lo que al ser certificados por los estas instancias se les otorga una reducción es “score” de riesgo de carga, lo

que se reduce en una reducción en los exámenes que se practican en los puertos de importación y exportación.

Menos Redundancia / Duplicación de Esfuerzos.- Las empresas extranjeras no tienen que pasar por dos visitas de validación independientemente del gobierno o auditorías. La validación realizada por la Administradora de Aduanas Extranjeras, cuando la empresa está certificada inicialmente por su programa es reconocida por C-TPAT y el MRA. Es decir, CBP reconoce el estatus de ese socio en el programa de socios extranjeros.

Mismo Estándar / Comercio Simplificado.- Las empresas alineadas por el MRA sólo se tienen que adherir a un conjunto común de requisitos de seguridad. Evitando múltiples conjuntos de requisitos de un programa a otro, facilitando el comercio internacional en las diferentes cadenas de suministro global.

Transparencia.- La colaboración estrecha entre las Administradoras Aduaneras y sus socios comerciales generan mayor transparencia en el comercio internacional. El intercambio de información entre los socios, agiliza y facilita el movimiento del comercio a través de las naciones afiliadas al programa de Reconocimiento Mutuo. (U.S. Customs and Border Protection Office of Field Operations C-TPAT, 2014)

Conclusiones.

El Comercio internacional es el intercambio de bienes y servicios entre países. Este tipo de comercio da lugar a la economía mundial, en los cuales los precios, la oferta o demanda son afectados por acontecimientos mundiales. Cambios de política en Asia, por ejemplo, puede resultar a un incremento en el costo de la mano de obra, lo que incrementara los costos de manufactura de una empresa Americana con operaciones en Malasia, lo que resulta en un incremento en el precio que se tiene que pagar por esos bienes en tu centro comercial. A un decremento en el costo de la mano de obra, por otro lado, puede resultar que tengamos que pagar menos por la adquisición de esos bienes o servicios.

El comercio internacional provee a los consumidores y a los países la oportunidad de estar expuestos a los bienes y servicios que no están disponibles por sus propios países. Casi cualquier tipo de producto puede ser localizado en los mercados internacionales: Comida, Ropa, Refacciones, aceite, joyas, vinos, acciones, monedas y agua. Los Servicios también se comercializan; Turismo, Banca, Consultoría y Transportación. Un producto que es vendido en los mercados globales es una exportación, y a un producto que es comprado del mercado global es una importación. Importaciones y Exportaciones se contabilizan en la cuenta corriente de pagos del país. Garcia Sordo (2001)

Pero desde el 2001, requerimos reconocer la necesidad de proteger la cadena de suministros del terrorismo, programas como NEEC y C-TPAT son necesarios y las compañías deberán de tomar en consideración los costos de implementación, y considerarla como una inversión por el potencial de estar certificado.

La Seguridad es el nuevo concepto en SCM y el reconocimiento mutuo es parte de el.

Programas como NEEC y C-TPAT ayudan a las compañías en temas de seguridad y certifica a las mismas a estar más preparadas para responder a incidentes de seguridad. El principal componente de este mutuo reconocimiento es alentar la creación y el mantenimiento de planes de contingencia para cada lado de la frontera.

Las certificaciones de NEEN y C-TPAT exhiben los mayores niveles de rendimiento en materia de seguridad; ésta información puede ser usada como factor determinante en la toma de decisiones de futuros clientes y/o proveedores de otros países.

Referencias Bibliográficas:

- Barragan, J. & Mayagoitia, G. 2006 "Mexico into the globalization: Nuevo Leon, the safe border for international trade program." *Innovaciones de Negocios* 3(2): 175-184
- Douglas Voss, M., and Williams, Z. 2013. "Public-Private Partnerships and Supply Chain Security: C-TPAT as an Indicator of Relational Security." *Journal of Business Logistics*, 2013, 34(4): 320-334
- Garcia Sordo, J. 2001 "Marketing International". Mc Graw Hill. P 176
- Hendricks, K.B., and Singhal, V.R. 2005. "An Empirical Analysis of the Effect of Supply Chain Disruptions on Long - Run Stock Price Performance and Equity Risk of the Firm." *Production and Operations Management* 14(1):35-52.
- Kleindorfer, P.R., and Saad, G.H. 2005. "Managing Disruption Risks in Supply Chains." *Production and Operations Management* 14(1):53-68.
- Secretaria de Hacienda y Credito Publico. 2014 "Nuevo Esquema de Empresa Certificada". http://www.sat.gob.mx/aduanas/neec/Paginas/apartado_L.aspx
- Sheu, C., Lee, L., and Niehoff, B. 2006. "A Voluntary Logistics Security Program and International Supply Chain Partnership." *Supply Chain Management: An International Journal* 11(4):363-74.
- Speier, C., Whipple, J.M., Closs, D.J., and Voss, M.D. 2011. "Global Supply Chain Design Considerations: Mitigating Product Safety and Security Risks." *Journal of Operations Management* 29(7/8):721-36.
- U.S. Customs and Border Protection. 2004. "Securing the Global Supply Chain: Customs-Trade Partnership Against Terrorism Strategic Plan." www.cbp.gov, 1-38.
- U.S. Customs and Border Protection. 2013. "C-TPAT Program Achievements." http://www.cbp.gov/xp/cgov/trade/cargo_security/ctpat/ctpat_news_reports/
- U.S. Customs and Border Protection Office of Field Operations C-TPAT. CBP Publication No. 0192-0114 January 2014. www.cbp.gov/ctpat
- U.S. Customs and Border Protection. 2015. "Mutual Recognition" <http://www.cbp.gov/border-security/ports-entry/cargo-security/c-tpat-customs-trade-partnership-against-terrorism/mutual-recognition>
- Wettenhall, R. 2003. "The Rhetoric and Reality of Public-Private Partnerships." *Public Organization Review* 3(1):77-107.



MODELO DE COMPETITIVIDAD EN LOS SERVICIOS EN MERCADOS INTERNACIONALES, UNA PROPUESTA TEÓRICA

Ronald Santos Cori

r.santos.c@outlook.com

Chileno

Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León

Mónica Blanco Jiménez

moniblanco77@hotmail.com

Mexicana

Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 28/Abril/2015

Resumen:

La generación de una ventaja competitiva sustentable en empresas de servicios orientadas a mercados internacionales, basadas en la cadena de valor internacional. Por tal motivo el objetivo de esta investigación es presentar una propuesta teórica sobre el modelo de competencia de los servicios en los mercados internacionales.

Por esto se verifican dichas situaciones teóricas que permitan visualizar y usar las herramientas adecuadas para abordar estos desafíos en los ambientes de negocios internacionales.

Como resultados esperados una combinación de ventaja competitiva con la cadena de valor aplicadas a los servicios internacionales.

Abstract:

Generating a sustainable competitive advantage in a service oriented company, to international markets, based on international value chain. Therefore the aim of this research is to present a theoretical proposal for the competition model of services in international markets.

Verifying these situations will let use the right tools to address these challenges in international business environments.

Expected results are combination of competitive advantage in the value chain applied to international services.

Palabras claves: Servicios, Ventaja Competitiva, Cadena de Valor Mercados Internacionales

Key Words: Services, Competitive Advantage, Value Chain, International Markets.

1. Introducción

La globalización de los mercados ha impactado a los países así como las organizaciones empresariales, así como el crecimiento sostenido de generación de valor en las empresas mediante el desarrollo de servicios. Por esto es importante considerar los efectos que tiene en los servicios la generación de ventaja competitiva en los mercados internacionales

Se analizara desde una perspectiva teórica la relación de fuente de generación de ventaja competitiva en base a las características esenciales de los servicios y su potencial en una estrategia genérica, así como la consideración de la cadena de valor de los servicios como fuente de ventaja competitiva en mercados internacionales

La ventaja competitiva, según Michael Porter (1985), “se sustenta en la capacidad de una empresa en tener un desempeño superior a la competencia de manera sostenida en el tiempo, el cual es valorado por el cliente o consumidor” (p 3), lo cual adquiere mayor importancia en los mercados internacionales, por las diferencias naturales de operación entre los mercados nacionales e internacionales.

Un elemento de análisis importante sobre el cual se puede detectar posibilidades de generación de ventajas competitivas a nivel de mercados internacionales, es el análisis de fuente de ventaja competitiva mediante el análisis de la cadena de valor Internacional

A su vez combinando las fuentes de generación de ventaja competitiva por medio de la cadena de valor de los servicios, y las estrategias genéricas de generación de ventaja competitiva asociadas a las características especiales de los servicios, se provee una propuesta de modelo teórico sobre el cual se puede desarrollar estrategias basadas en la cadena de valor y características de servicios internacionales.

1.1.- Pregunta

La pregunta base que se realiza: ¿Se puede generar un modelo teórico de competitividad específico para servicios en los mercados internacionales?

1.2.- Objetivos

El objetivo de este documento es analizar mediante la base teórica existente la factibilidad de un modelo específico para comprender la relación básica entre las estrategias competitivas aplicadas a los servicios en los mercados internacionales mediante el uso del modelo de la cadena de valor

1.3.- Hipótesis

Dada la naturaleza de los servicios, la aplicación de la estrategia de ventaja competitiva mediante la cadena de valor de servicios en mercados internacionales genera competitividad.

1.4.- Justificación

Debido a la importancia de los servicios en los mercados actuales es fundamental conocer su naturaleza y la capacidad de aplicar estrategias que generen ventajas competitivas de manera diferente a los productos tangibles, en particular considerando los mercados globales a los cuales están dirigidos.

2.- Marco Teórico

2.1.-Análisis Teórico de los Servicios

Las características de los servicios que los distinguen de los productos, los servicios son intangibles, a diferencia de los productos que son tangibles y se pueden tocar y sentir. Otra característica de los servicios es la heterogeneidad de ellos en comparación con homogeneidad de los productos. Particularmente, producidos en masa será muy homogénea, mientras que un servicio se adapta esencialmente a las circunstancias de su uso (Lovelock, 1997).

La naturaleza perecedera diferencia el servicio con el producto, que es físico y que se puede mantener por tiempo determinado, sin embargo el servicio no se puede mantener o acumular, debido a su intangibilidad no podemos acumular servicios o tener un inventario de servicios. Por último, el hecho de que, a diferencia del producto tradicional, el servicio se consume al mismo momento en que se produce.

2.1.1.- Teoría de Servucción

En base a la teoría de Servucción desarrollada por Pierre Eigliery Eric Langeard (1987), en la década de los 80 para ellos los elementos clave de la producción de servicios son: cliente; la infraestructura física de apoyo; personal de contacto; el servicio mismo; el sistema de organización interna y los otros clientes.

Un elemento esencial es el cliente, teniendo en cuenta que es un elemento de la misma, pero que en última instancia es mayor al evaluar el grado de satisfacción que genera el servicio y la percepción de la calidad. Esto es necesario dado el carácter perecedero del servicio y el hecho de que el consumo es simultáneo con la Servucción del servicio.

Las características de las relaciones entre los diferentes elementos de Servucción varían de acuerdo con el diseño e implementación de Servucción, y encuentra que hay relaciones de tipo primarios son aquellos que también concomitante relaciones y las relaciones internas.

2.1.2- Características de los Servicios

La diferencia entre los productos o bienes tangibles y los servicios están dadas en cuatro aspectos clave y fundamentales:

- a. La intangibilidad, que es el hecho de que los servicios no se pueden tocar o sentir.
- b. Perecedero, que es la característica de que cuando los servicios con consumidos estos desaparecen
- c. La heterogeneidad, que es la característica de que ninguno de los servicios es igual a otro
- d. Producción simultánea al consumo, ya que el servicio se produce y consume simultáneamente.
- e. El servicio no es propiedad del cliente, sólo el consumo del mismo

2.1.3. - Las diferencias entre los Servicios y Productos

Es evidente que hay muchas diferencias entre los productos y servicios, pero también similitudes. En este caso debemos tener en cuenta que tanto los productos y servicios tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los consumidores y clientes, y ambos pueden tener un componente de la otra, un producto puede tener un componente de servicio (por ejemplo, garantías de servicio posterior), así como de un servicio podrá tener un componente de producto para hacer tangible e incorporar elementos de la misma. De hecho, en algunos casos se hace difícil determinar si se trata de un producto o servicio

A partir de las características básicas de los servicios que podemos ver las diferencias entre servicios y productos.

a.- Intangibilidad: esta característica implica que el servicio no se puede tocar o sentir, por lo que el servuctor o productor del servicio debe tener en cuenta todos los elementos que pueden asegurar la satisfacción del consumidor, y reducir las posibilidades de disonancia cognitiva

debido a la sensación de servicio. Una forma de reducir esto es considerando la adición de elementos tangibles a los servicios

b.-Perecedero, esta característica se explica el hecho de que una vez aplicado el servicio no se puede aplicar de nuevo, incluso para el mismo cliente. Sería un servicio diferente. También afirma la imposibilidad de acumular y almacenar los servicios en un almacén. Se alinea con la naturaleza de la intangibilidad del servicio.

c.-. La heterogeneidad, esta característica del servicio establece que cada una de ellas es diferente, incluso si ha aplicado el mismo servicio básico para el mismo consumidor. Esta característica es especialmente importante al considerar la calidad técnica del servicio

2.1.4. La Producción y el Consumo Simultáneo.

Esta característica diferencia a los servicios de los productos tradicionales que se pueden utilizar cuando sea necesario. En el caso del servicio ya que una de las partes fundamentales de la misma, es la colaboración de los consumidores que, cuando el servicio es aplicado, y producido, para el consumidor, esto significa que mientras que el servicio está siendo producido, al mismo tiempo que se consume por el usuario o consumidor del servicio.

2.1.5.- Concepto de un servicio

Definición de servicio:"Es una actividad, evento o rendimiento, diseñado para satisfacer una necesidad, se aplica a una persona u objeto, que es valorado por una persona o grupo de personas que reciben este beneficio para ellos." (Eiglier,1987,p 15)

"Los productos intangibles tales como la contabilidad, la banca, la limpieza, la consultoría, la educación, el seguro, la experiencia, el tratamiento médico o transporte, son difíciles de identificar, ya que están estrechamente asociadas a un bien; tales como la combinación de un diagnóstico con la administración de un medicamento. Sin transferencia de la posesión o propiedad tiene lugar cuando los servicios se venden, y que (1) no pueden ser almacenados o transportados, (2) son inmediatamente perecederos, y (3) vienen a la existencia en el momento en que se compran y consumen."(Fuente businessdictionary.com)

2.1.6.- Compromiso con el Cliente en el Servicio

a.- Nivel de participación del Cliente

Participación de los consumidores en el servicio es esencial, porque entre otras aspectos, el consumidor o cliente, genera los ingresos, el consumidor evalúa la calidad, especialmente la relación del servicio prometido frente a los servicios recibidos, también el consumidor genera el valor del servicio que implica la gama de precio que el servicio se puede mover en el medio, y el valor de la relación, así como la calidad entregada, percibida y la calidad deseada o esperada.

Los temas de la comunicación, el servicio y la prestación de servicios de fijación de precios de distribución son esenciales para lograr esta mezcla se alinean con los objetivos de negocio para generar la satisfacción del consumidor y que la organización se mantiene en el largo plazo también genera satisfacción en sus usuarios y consumidores.

b.- El entorno de la participación

Teniendo en cuenta el grado de participación: como la cultura, el servicio de ubicación, comportamiento del consumidor y el grado de dominio. El medio ambiente es fundamental a tener en cuenta los procesos que afectan a la producción Servicio servicio tales como la cultura, aspectos de ubicación de la prestación de servicios, así como los comportamientos de consumo relacionados, actitudes y hace que el servicio de la servuctor

c.- Las dimensiones de la participación

La participación en relación con los activos a los clientes, la ubicación del servicio y el tiempo dedicado, en un análisis bidimensional que puede ser comparado con el grado de implicación requerido por el consumidor. La participación activa como criterio de segmentación como un

control global y enfoque Servucción a la educación del cliente y el personal de contacto, se considera la cantidad de esfuerzo que el consumidor debe soportar para recibir el servicio, teniendo en cuenta tres dimensiones, el grado de participación en el servicio, y el grado de implicación en el servicio, y la participación frente a la dominación en el servicio.

2.1.7. - Personal de contacto

Las funciones del personal de contacto son fundamentales, ya que son las personas de la empresa, que tienen contacto directo con el consumidor o cliente, que representan a los ojos del consumidor frente a la empresa, son la interfaz que relaciona la compañía de servicios con el consumidor, también pueden arbitrar entre las necesidades de la empresa y los del cliente. Algunas de las actividades más importantes que realizan el personal de contacto, están las funciones operativas y relacionales con los clientes, la definición de los estilos y la identificación del personal de contacto con el servicio, la empresa y el consumidor, por lo que es fundamental el generar un reconocimiento a la función del personal de contacto.

2.1.8–Infraestructura y Soporte físico

Es la infraestructura y soporte físico se contemplan los elementos físicos que se utilizan para realizar el servicio; pueden ser considerados como la infraestructura, herramientas, hardware, todos estos como elementos funcionales fundamentales y coadyudantes en la generación de los servicios, en este aspecto se debe considerar los conceptos de la relación fabrica-vitrina, así como la capacidad de gestión.

a.- Concepto Fabrica Vitrina

Este concepto describe la situación de que una empresa Servucción tiene en la misma área física de la fábrica y la sala de exposición o exhibición. Considerando que todo habla en un servicio, esta área se debe alinear con el proceso Servucción y el concepto showroom, la que será una herramienta de comunicación fundamental.

En este concepto la gestión del espacio y el tiempo son importantes en el proceso de servucción. Así como la automatización de servicios es un componente que en los últimos tiempos ha adquirido mayor importancia debido a los componentes de medios electrónicos del servicio dando así una creciente importancia de los servicios, equipos diferentes para los diferentes mercados

b. Capacidad de Gestión

La capacidad de gestión y los problemas de la organización para lograr una mayor eficiencia en los procesos Servucción, exceso de demanda, o subutilización de capacidad de Servucción, y las acciones que se pueden y deben tomar en las diferentes situaciones.

Acciones que se deben tomar para determinar y definir la capacidad con la que se operara y las acciones a desarrollar en casos que la demanda supere la capacidad, así también como las acciones que se deben tomar cuando la capacidad excede la demanda.

2.2.-La Estrategia Competitiva y Fuentes de Ventaja Competitivas

Como todo satisfactor, las empresas de servicios deben buscar generar una ventaja competitiva en base a una estrategia adecuada. Las características que diferencian a los servicios de los productos son aspectos sobre los cuales las ventajas competitivas pueden generar un mejor desempeño ante los rivales de servicios así como también con los rivales de productos, en un mismo mercado meta e industria.

La estrategia competitiva tiene como objeto lograr un desempeño superior al de la competencia, las empresas rivales, de tal forma de ser preferido por parte del consumidor y generar un desempeño de resultados superior a la media de la industria. (Porter, 1987)

En cuanto a la ventaja competitiva sustentable es una característica de desempeño superior en relación a la competencia, la cual es valorada por el mercado, y permite a la empresa un desempeño excepcional.

Según Michael Porter (1987): “La base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”.

En base a los cinco(5) tipos genéricos de estrategias competitivas se desarrollaran los tres tipos genéricos básicos de Estrategias basadas en ventajas competitivas que permitirán a la empresa obtener un desempeño superior en la industria que se encuentre y en particular para los servicios, están basadas en desarrollo de la ventaja por medio de costos inferiores a la media de la industria logrando un liderazgo en costos, la diferenciación que permite generar un valor adicional para el consumidor que valora el servicio, así como la focalización en nichos o segmentos específicos donde la oferta puede adecuarse a niveles de costo y valor específicos para dicho segmento

2.3.- Teorías de los Mercados Internacionales

A través de la historia se ha pasado por diversos ciclos de globalización y aislamiento, inicialmente generado por condiciones climatológicas, geográficas, y de aislamiento cultural.

La finalización de la segunda guerra mundial fue un gran impulsor del comercio internacional y que se ha desarrollado con una intensidad global, y en los últimos 30 años mediante la masificación de las telecomunicaciones y nuevas tecnologías electrónicas, en particular internet y, la rapidez en que nos comunicamos con cualquier persona u organización en el mundo ha sido vertiginosa, lo que ha generado un proceso más rápido de globalización que en periodos anteriores.

Hoy la globalización nos permite desarrollar productos y servicios con un alto componente de valor generado en diferentes países, lo que implica que el conocimiento en la gestión de los mercados internacionales y sus diferencias con los mercados nacionales es de suma importancia para lograr un éxito en la gestión empresarial. Así pues algunos motivos por los cuales nos interesaría participar en mercados internacionales.

Las razones principales por las cuales una empresa abordaría presencia en los mercados internacionales según Hollensen (2001) estarían centradas en los siguientes puntos:

- a.- Adquisición de nuevos mercados y consumidores
- b.- Obtener acceso a recursos valiosos
- c.- Lograr adquirir mejoras en costos y mejorar competitividad
- d.- Capitalizar las competencias esenciales de la empresa
- e.- Diversificar los negocios de la empresa y reducir el riesgo operativo

Considerando que estos motivos pueden ser individualizados o combinados generar una mayor fuerza e intensidad para que una empresa se incorpore en el desarrollo de sus operaciones a nivel internacional, y particularmente las empresas de servicios, considerando que dada sus características podrían tener una mayor facilidad en operar a nivel global.

En base a los estudios teóricos, se puede señalar que la estrategia genérica de entrada que una empresa puede considerar al incorporarse en los mercados internacionales son los siguientes

- Exportaciones
- Licenciamiento
- Estrategia de franquicias
- Alianzas estratégicas
- Joint Venture
- Estrategias Multi-país
- Estrategia Global

2.4.- Modelo Teórico de la Cadena de Valor

El modelo de la cadena de valor (CV) desarrollada por Michael Porter (1980), permite realizar un análisis interno de la empresa, a través de la desagregación de las actividades generadoras de valor. Este modelo permite desplegar el valor total del servicio.

Se consideran las actividades más importantes de una empresa como eslabones de una cadena concatenada de actividades y que a medida que avanzan y se desarrollan agregan valor al producto o servicio.

Las cadenas de valor permiten mediante un análisis sistemático examinar y descubrir en sus eslabones, fuentes de ventaja competitiva, en particular para el desarrollo de servicios internacionales.

Según la investigación científica realizada por Pérez y Calva (2008), se señala que: “En los eslabones de la cadena de valor se debe de considerar los generadores de costos y valor, la información obtenida a partir de las actividades fundamentales y de soporte consideradas en la cadena de valor de la organización, permite a la empresa tomar decisiones acerca del cómo actuar sobre los elementos que requieran ser fortalecidos, dados los resultados obtenidos al ser ponderados.”

Para esta propuesta teórica de modelo se considera solo las actividades primarias de la cadena de valor, tales como son: la logística interna; las operaciones y producción; la logística externa; la mercadotecnia y ventas; y el nivel de servicio postventa.

Esto permite que se identifique y analice de una manera intensa identificar el aporte que cada uno de los eslabones realiza al valor total del servicio considerando como base estratégica para determinar eslabones que representan fortalezas, y aquellos que representan debilidades generando oportunidades para reforzarlos, así en base a este análisis se pueden determinar fuentes de ventajas competitivas potenciales.

Estas actividades primarias, según Porter (1987), son aquellas que “implicadas en la creación física del servicio, su venta y transferencia hacia el comprador las cuales a su vez son sustentadas por otras actividades de tipo transversal o de apoyo que las entrecruzan”.

2.4.1 Las Actividades Primarias de la Cadena de Valor

Dentro de cada actividad primaria se pueden clasificar tres tipos esenciales de actividades generadoras de valor, las cuales son, actividades directas, actividades indirectas y actividades de aseguramiento de calidad.

El Nivel de desagregación depende de las actividades sus propósitos y su valor económicos.

Estas se deberán separar cuando se den las siguientes situaciones:

- (1) Economías diferentes significativas
- (2) Alto potencial de impacto de diferenciación
- (3) Sea una parte importante o creciente del costo

Los eslabones de la cadena de valor se pueden clasificar, en base a las actividades generadoras de valor, en dos tipos principales; aquellas actividades primarias o de línea y las actividades de apoyo o de soporte:

2.4.2. Actividades primarias o de línea

Actividades que están directamente relacionadas con la producción y comercialización del producto:

1. Logística interior: actividades relacionadas con la recepción, almacenaje y distribución de los insumos necesarios para fabricar el producto.
2. Operaciones o producción: actividades relacionadas con la transformación de los insumos en el producto final.
3. Logística exterior: actividades relacionadas con el almacenamiento del producto terminado, y la distribución de éste hacia el consumidor.
4. Mercadotecnia y ventas: actividades relacionadas con el acto de dar a conocer, promocionar y vender el producto.
5. Servicios: actividades relacionadas con la provisión de servicios complementarios al producto tales como la instalación, reparación y mantenimiento del mismo.

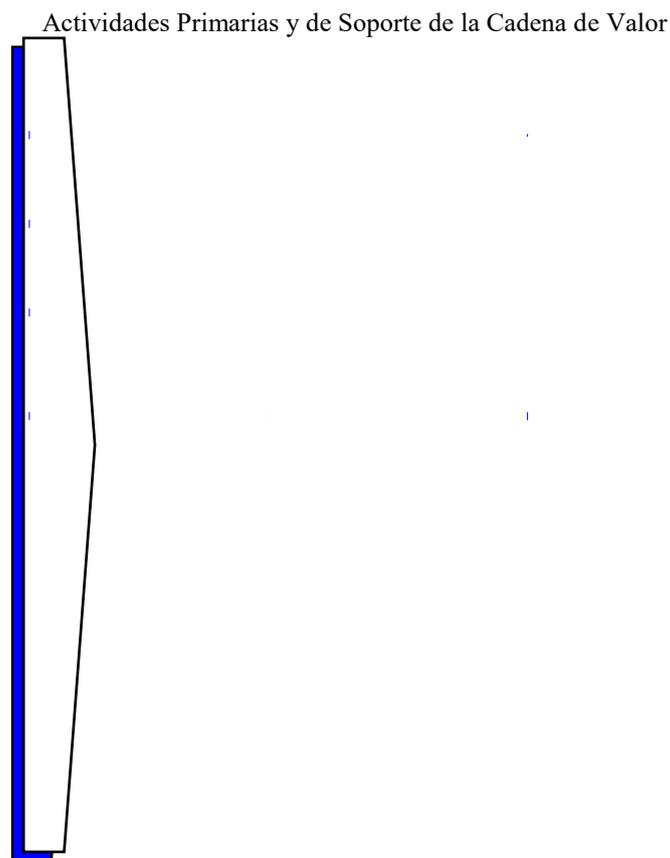
2.4.3. Actividades de Soporte o Apoyo

Actividades que incorporan valor al producto y no están directamente relacionadas con la producción y comercialización de éste, sino que sirven de apoyo a las actividades primarias:

1. Infraestructura de la empresa: actividades que prestan apoyo a toda la empresa, tales como la planeación, las finanzas y la contabilidad.
2. Gestión de recursos humanos: actividades relacionadas con la búsqueda, contratación, entrenamiento y desarrollo del personal.
3. Desarrollo de la tecnología: actividades relacionadas con la investigación y desarrollo de la tecnología necesaria para apoyar a las demás actividades.
4. Aprovisionamiento: actividades relacionadas con el proceso de compras.

Cada una de estas actividades tiene implícitamente un costo y un valor que aporta al producto/servicio final, y en base a ellos se podrían detectar oportunidades de generación de ventajas competitiva.

Fig 1



2.4.4 Las estrategias Genéricas y su relación con la Cadena de Valor

a.-Estrategia de costos y su relación con la cadena de valor

Para realizar un análisis de estas características se debe considerar que cada una de las actividades ya que cada una de ella implica por una parte costos y por la otra generación de valor, cada uno de los insumos requeridos para dicha actividad forma parte de los costos de esas actividades, lo cual es un importante. Ya para que estos tengan influencia en la cadena de valor en base al costo, según Porter, se deben considerar tres elementos:

- i. El tamaño y el crecimiento del costo representado por la actividad
- ii. El comportamiento del costo en la actividad
- iii. Diferencias de competidor al desempeñar la actividad

(Porter, 1987)

Mediante el análisis de estos factores clave se puede de determinar el aporte a reducción de costos en los diferentes eslabones, así como la relación de dicha reducción comparada con competidores, ya que el objetivo de generación de ventaja competitiva por costos, es la capacidad sostenida de producir un producto o servicio, el cual sea percibido de similar manera que el competidor, pero que la empresa mediante un uso de la cadena de valor y su competitividad por costos, es capaz de producirla a un costo inferior que los rivales.

Las fuentes de reducción de costos que podrían afectar los eslabones de la cadena de valor y producir ventaja competitiva de costos se centran en los siguientes aspectos:

- Economías de escala
- Economías de experiencia
- Patrón de capacidad de utilización

- Estructura de eslabones de la cadena de valor
- Interrelaciones entre las actividades de la cadena de valor
- Integración entre las actividades de la cadena de valor
- Grado de integración de las actividades de la cadena de valor que afectando costos
- Tiempo que se demoran en realizar las actividades de la cadena de valor
- Políticas discrecionales de la empresa que afecten los eslabones de cadena de valor
- Ubicación física de estilos eslabones de la cadena de valor y los costos de transporte desde un eslabón al otro.
- Factores institucionales que afecten elementos de la cadena de valor alterando su costo.

b.- Estrategia de Diferenciación y su relación con la Cadena de Valor

En los diferentes eslabones de la cadena de valor se pueden observar áreas en las que se puede generar ventaja competitiva por diferenciación siendo en el eslabón de:

Logística interna, mediante entrenamiento de personal superior, tecnología superior de manejo y separación de materiales, seguro de calidad sobre equipo propietario, transporte más confiable en entregas internas, manejo de insumos que minimice daños o degradación, oportunidades de entrega al proceso de manufactura y operación.

Por parte de operaciones y producción, mediante políticas estables para el personal, programas de calidad de vida de trabajo, programas de atracción de talento, características únicas del producto o servicio, introducciones rápidas de modelos, proceso o máquinas de producción únicas, procedimientos automatizados de inspección, materias primas de la más alta calidad, componentes de alta calidad, alta conformidad a especificaciones, apariencia atractiva del producto, respuesta efectiva a los cambios en especificaciones, baja escala de defectos, poco tiempo para fabricar.

Por parte de la logística externa, programación de vehículos únicos, software, vehículos o contenedores de propósitos especiales, bodegas mejor ubicadas, proveedores de transporte que minimicen el peligro y daños, entregas rápidas y oportunas, procedimiento de pedidos rápido y responsivo, manejo que minimiza el daño.

Mercadotecnia y ventas, incentivos para retener a los mejores vendedores, contratación del mejor personal más calificado, aplicaciones de ingeniería de apoyo, investigación y desarrollo superior a la competencia, colocaciones más deseables en medios, ubicación e imagen de producto o servicio, nivel y calidad alto en publicidad, cobertura y calidad altas en fuerza de ventas, relaciones personales con canales de venta y compradores, literatura técnica superior, ayudas de venta, promociones más extensa, líneas de crédito más amplias a compradores y canales.

En relación al servicio de postventa, mejor entrenamiento de los técnicos de servicios, técnicas de servicio avanzadas, refacciones de alta calidad, instalación más rápida y de alta calidad de servicio, provisión completa en el campo de refacciones, amplia cobertura de servicio, entrenamiento extenso al comprador.

c.- Estrategia de Enfoque y su relación con la Cadena de Valor

La estrategia de enfoque implica una definición de mercado estrecha, en la cual la empresa puede ajustar su oferta para proveer un servicio de alto valor agregado para dicho segmento, así como un eficiente proceso de gestión de costos.

En los diferentes eslabones de la cadena de valor se pueden observar áreas en las que se puede generar ventaja competitiva por enfoque o nicho:

Logística interna, un entrenamiento de personal superior con capacitaciones de alto impacto en los procesos de Servicio y reducciones en los costos, tecnología superior de manejo y separación de materiales altamente valorada por el segmento y que a su vez permita reducir los costos transaccionales y otros costos relacionados, la calidad estandarizada permite la

reducción de costos mediante un servicio adecuados que reduce los costos de devoluciones e inconformidades, sobre equipo propietario externalizar la eslabones de valor de la Servucción. Por parte de operaciones y producción, mediante políticas estables para el personal y multitareas para la reducción de costos, programas de atracción de talento joven y mano de obra calificada y económica, características únicas del servicio para el segmento escogido, introducciones rápidas de modelos, procedimientos automatizados de inspección que reduzcan los costos, materias primas de la calidad y costo que requiera el servicio y segmento meta, baja escala de defectos, poco tiempo para servuccionar.

Por parte de la logística externa, programación de entregas rápidas y económicas, software, entregas rápidas y oportunas, procedimiento de pedidos rápido ,gestión eficiente de los procesos e infraestructura de la Servucción.

Mercadotecnia y ventas, mediante incentivos para retener a los vendedores más productivos, contratación de personal calificado, investigación y desarrollo superior para el segmento meta, ubicación e imagen de servicio, nivel y calidad alto en publicidad enfocada, relaciones personales con canales de venta, clientes y consumidores, literatura técnica superior, ayudas de venta, promociones más extensa, líneas de crédito más amplias acanales.

En relación al servicio de postventa, entrenamiento estandarizado de técnicos de servicios, instalación más rápida y de alta calidad de servicio, provisión completa en el campo de servicios para el mercado meta, entrenamiento extenso al comprador.

3.- Método

En base a la importancia creciente de los servicios y su clara diferencia con los productos tradicionales se considera que se debe analizar si el marco teórico de estratégicas y ventajas competitivas en los mercados internacionales es aplicable directamente a este tipo de satisfactores

Analizando por una parte las teorías y características de los servicios y comparándolas con las fuentes de ventaja competitiva mediante el análisis de la cadena de valor y las estrategias genéricas

Esto dentro de un contacto general aplicado a los mercados internacionales

4.- Resultados

Como resultado del análisis de los diferentes elementos considerados en relación a los servicios, la generación de estrategias competitivas en los mercados internacionales, y la cadena de valor, se realiza la siguiente propuesta teórica como base para el desarrollo de un modelo que combina dichos elementos para generar fuentes de ventaja competitiva especiales de servicios en los mercados internacionales

4.1.- Ventaja competitiva para servicios internacionales

Tabla 1
Características de Servicios y Fuentes de Ventajas Competitivas

Servicio/Ventaja Competitiva	Diferenciación	Costos	Focalización
Intangibilidad	Agregar valor con elementos tangibles	Agregar valor por estandarización	Agregar valor con estandarización y elementos tangibles
Perecedero	Agregar valor con elementos no perecederos	Aumento de frecuencia de uso	Elementos no perecederos y aumento de frecuencia de uso
Heterogeneidad	Aumentar la heterogeneidad	Reducir heterogeneidad	Heterogeneidad de acuerdo al segmento

Producción	Evaluar opciones de pre-servicio y post servicio continuo	Concentración en servicio único	Evaluar opciones de pre-servicio o post servicio continuo
Propiedad del cliente	Entregar servicio o producto adicional	Estandarizar componente tangible a entregar al cliente	Adaptar al segmento componente tangible a entregar al cliente

Fuente: Elaboración propia

Combinando las características genéricas de los servicios con las estrategias genéricas se puede verificar como los servicios se pueden potenciar, basando elementos de fuentes de ventaja competitiva sobre otros servicios y productos en base a dichas estrategias competitivas genéricas.

4.1.1 Para una estrategia genérica de diferenciación

Es así como para una estrategia genérica de diferenciación los elementos del servicio deberían alinearse considerando que para la intangibilidad de ella, incorporar elementos tangibles, como son un soporte físico diferenciado.

- Para la característica de precrecibilidad, incorporar elementos no perecederos ajustados a los segmentos meta que se está orientando
- Para la característica de heterogeneidad de los servicios, reducir las características heterogéneas para aumentar el valor en el mercado
- Así también para la característica de la producción-consumo de los servicios desarrollar opciones de pre consumo o post consumo
- Finalmente para el concepto o característica de la no propiedad del servicio, estandarizar elementos tangibles que incorporen servicios adicionales valorados por los consumidores

4.1.2.- Para una estrategia genérica de liderazgo en costos

Así para una estrategia genérica de liderazgo en costos los elementos del servicio deberían alinearse considerando que para la intangibilidad de ella, incorporar valor mediante la estandarización de la Servucción.

- Para la característica de precrecibilidad, incorporar elementos que aumenten la frecuencia de uso del servicio en el mercado
- Para la característica de heterogeneidad de los servicios, reducir dicha heterogeneidad en base al segmento o mercado meta, con elementos valorados por los consumidores.
- Así también para la característica de la producción-consumo de los servicios concentrar en un servicio único
- Finalmente para el concepto o característica de la no propiedad del servicio desarrollar elementos tangibles estandarizados valorados por los consumidores

4.1.3.- Para una estrategia genérica de foco o nicho

Así para una estrategia genérica de foco o nicho los elementos del servicio deberían alinearse considerando que para la intangibilidad de ella, incorporar valor mediante la estandarización de la Servucción y elementos tangibles valorados por los consumidores de dicho segmento o nicho de mercado.

- Para la característica de prerecibilidad, incorporar elementos que aumenten la frecuencia de uso del servicio en el mercado, y elementos no perecederos valorados por el segmento meta o nicho.
- Para la característica de heterogeneidad de los servicios, reducir dicha heterogeneidad en base a los segmentos meta.
- Para la característica de la producción-consumo de los servicios aplicar opciones de pre-servicio o post servicio continuo, valoradas por los consumidores.
- Para la característica de la no propiedad del servicio adaptar al segmento componente tangible adaptado a las necesidades específicas del mercado meta, a entregar al cliente.

4.1.4 Combinación de características y fuentes de ventajas competitivas

La combinación de características y fuentes de ventajas competitivas, permitirán un desempeño superior de los servicios en relación a los productos tangibles en una industria, que tengan que competir. Siendo fundamental para el ingreso y desempeño exitoso en mercados internacionales.

4.2.- Cadena de Valor Internacional para Servicios Internacionales

Las actividades más importantes que se analizaran en el cruce de variables de la cadena de valor y los servicios son aquellas que se encuentran en las actividades primarias

Tabla 2
Características de Servicios y Cadena de Valor

	Logística Interna	Operaciones o producción	Marketing y ventas	Servicios post ventas
Intangibilidad	Recepción de insumos, almacenaje, control de capacidad Internacional devoluciones a proveedores Internacionales mediante medios electrónicos	Servucción, reparación y mantenimiento de equipos, control de calidad Incorporar elemento intangibles y medios electrónicos en los procesos	Intensificar en mix de Marketing, promoción, ventas, preciación, canales de distribución elementos intangibles asociados a medios electrónicos	Instalación, reparación, entrenamiento, quejas y reclamos, garantías, postventa por medio de Servicios
Perecedero	Recepción de insumos y materiales, almacenaje, manejo y control de inventario Devoluciones a proveedores mediante procesos servicios de soporte	Producción Servucción, embalaje, reparación y mantenimiento de equipos, control de calidad, mediante procesos servicios de soporte	Mix de Marketing, promoción, ventas, preciación, canales de distribución mediante procesos servicios de soporte	Instalación, reparación, entrenamiento, quejas y reclamos, garantías, postventa mediante procesos servicios de soporte
Heterogeneidad	Recepción de insumos y materiales, almacenaje, manejo y control de inventario Devoluciones a proveedores control por medio de servicios de soporte de calidad	Producción Servucción, embalaje, reparación y mantenimiento de equipos, control de calidad control por medio de servicios de soporte de calidad	Mix de Marketing, promoción, ventas, preciación, canales de distribución control por medio de servicios de soporte de calidad	Instalación, reparación, entrenamiento, quejas y reclamos, garantías, postventa control por medio de servicios de soporte de calidad

Fuente: Elaboración propia

- Logística Interna y la Intangibilidad de los Servicios internacionales

La logística interna se centra en recepción de insumos y materiales, almacenaje, manejo de capacidad, devoluciones a proveedores. La Intangibilidad, que es el hecho de que los servicios no se pueden tocar, es la cualidad intangible que no podía ser tocado

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de logística Interna como es la recepción de materiales almacenaje, manejo de capacidad considerando que los servicios son intangibles los procesos de logística interna pueden incrementar su componente vía un uso intensivo de medios electrónicos y servicios complementarios

- Logística Interna y la Percibibilidad de los Servicios

Se centra en recepción de insumos y materiales, almacenaje, gestión de capacidad devoluciones a proveedores. Perceder, que es la característica de que cuando los servicios con consumidos estos desaparecen.

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de logística Interna como es la recepción de materiales almacenaje, gestión de capacidad considerando la percibibilidad de los servicios, los procesos de logística interna pueden incrementar su componente vía un uso intensivo de medios electrónicos y servicios complementarios y de soporte, multiplicación de la servucción y lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Logística Interna y la Heterogeneidad

Se centra en recepción de insumos y materiales, almacenaje, gestión de capacidad devoluciones a proveedores. La heterogeneidad, que es la característica de que ninguno de los servicios es igual a otro.

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de logística Interna como son; recepción de materiales almacenaje; manejo y control de capacidad considerando la percibibilidad de los servicios, los procesos de logística interna pueden incrementar su componente vía un uso intensivo de medios electrónicos, servicios complementarios y de soporte, al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado

- Logística Interna y la Producción internacional de Servicios

La logística interna se centra en recepción de insumos y materiales, almacenaje, manejo y control de inventario devoluciones a proveedores. Producción simultánea al consumo, ya que el servicio se produce y consume simultáneamente.

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de logística Interna como son; recepción de materiales almacenaje; manejo y control de capacidad considerando la productividad de los servicios, los procesos de logística interna pueden incrementar su componente vía un uso intensivo de medios electrónicos, servicios complementarios y de soporte, al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Logística Interna y la Propiedad del Cliente

La logística interna se centra en recepción de insumos y materiales, almacenaje, manejo y control de inventario devoluciones a proveedores. El servicio no es propiedad del cliente, sólo el consumo del mismo.

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de logística Interna como son; recepción de materiales almacenaje; manejo y control de capacidad considerando la (falta) propiedad del servicio por parte del cliente, los procesos de logística interna pueden incrementar su componente vía un uso intensivo de medios electrónicos, servicios complementarios y de soporte, y de elementos tangibles en el servicio y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Operaciones y la Intangibilidad de los Servicios internacionales

Operación de la Servucción, implica aspectos como la reparación y mantenimiento de equipos, control de calidad, la intangibilidad que es el hecho de que los servicios no se pueden tocar, es la cualidad intangible que no podía ser tocado.

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de Operaciones y servucción y la intangibilidad de los servicios pueden incrementar su componente vía un uso producción internacional en mercados que tengan recursos más económicos, que generen mercados de mayor valor, o en segmentos específicos que reduzcan los costos de producción de servicios y que dichos mercados valoren estas características y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Operaciones y la Percibilidad de los Servicios

La operación de los servicios se centra en las gestiones de servucción y la calidad de las mismas así como la característica precedera de los servicios, que es la característica de que cuando los servicios con consumidos estos desaparecen.

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de Operaciones y servucción y la percibilidad de los servicios pueden incrementar su componente vía un uso de cercanía de la cadena de distribución y producción hacia el cliente en mercados internacionales, en mercados que tengan recursos más económicos, que generen mercados de mayor valor para el consumidor, o en segmentos específicos que reduzcan los costos de producción de servicios y que dichos mercados valoren estas características y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Operaciones y la Heterogeneidad de los Servicios Internacionales

Servucción, embalaje, reparación y mantenimiento de equipos, control de calidad La heterogeneidad, que es la característica de que ninguno de los servicios es igual a otro.

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de Operaciones y servucción y la Heterogeneidad de los servicios pueden incrementar su componente vía un incremento de los procesos de calidad hacia el cliente en mercados internacionales, en mercados que tengan recursos más económicos, que generen mercados de mayor valor para el consumidor, o en segmentos específicos que reduzcan los costos de producción de servicios y que dichos mercados valoren estas características y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Operaciones y la Propiedad del Cliente

Las operaciones de Servucción, que consisten en embalaje, reparación y mantenimiento de equipos, control de calidad. Mientras que el servicio no es propiedad del cliente, sólo el consumo del mismo.

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de Operaciones y servucción y la propiedad de los servicios pueden incrementar su componente tangible hacia el cliente en mercados internacionales, en mercados que tengan recursos más económicos, que generen mercados de mayor valor para el consumidor, o en segmentos específicos que reduzcan los costos de producción de servicios y que dichos mercados valoren estas características y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Marketing y la Intangibilidad de los Servicios

La mezcla de Marketing, promoción, ventas, preciación, canales de distribución y la intangibilidad de los servicios, que es el hecho de que los servicios no se pueden tocar, es la cualidad intangible que no podía ser tocado

La generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de comunicación y información del servicio y sus características, hacia los mercados meta seleccionados hacia el cliente en mercados internacionales, en mercados que tengan recursos más económicos, que generen mercados de mayor valor para el consumidor, o en segmentos específicos que reduzcan los costos de producción de servicios y que dichos mercados valoren estas características y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Marketing y la Perecibilidad de los Servicios

La mezcla de Marketing, promoción, ventas, preciación, canales de distribución y la característica que los servicios son perecederos, que es la característica de que cuando los servicios con consumidos estos desaparecen.

La generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de procesos de comunicación y información del servicio y sus características, hacia los mercados meta seleccionados hacia el cliente en mercados internacionales, en mercados que tengan recursos más económicos, que generen mercados de mayor valor para el consumidor, o en segmentos específicos que reduzcan los costos de producción de servicios y que dichos mercados valoren estas características y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Servicios post ventas y la Intangibilidad de los Servicios

El Servicio de Post Venta que consiste en; Instalación, reparación, entrenamiento, quejas y reclamos, garantías, postventa y la característica de intangibilidad de los servicios, que es el hecho de que los servicios no se pueden tocar.

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de Servicios de Post Ventas y la Intangibilidad del servicio, desarrollando elementos tangibles que acompañen a los servicios, orientados hacia los mercados meta seleccionados en mercados internacionales. En mercados que tengan recursos más económicos, que generen mercados de mayor valor para el consumidor, o en segmentos específicos que reduzcan los costos de producción de servicios y que dichos mercados valoren estas características y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Servicios post ventas y la Heterogeneidad

Los servicios de postventa que consisten en el entrenamiento, recepción de quejas y reclamos, garantías, y la heterogeneidad de los servicios, que es la característica de que ninguno de los servicios es igual a otro

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de Servicios de Post Ventas y la Heterogeneidad, desarrollando procesos de calidad que abarquen el proceso de servucción de postventa, orientados hacia los mercados meta seleccionados en mercados internacionales. En mercados que tengan recursos más económicos, que generen mercados de mayor valor para el consumidor, o en segmentos específicos que reduzcan los costos de producción de servicios y que dichos mercados valoren estas características y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Servicios post ventas y la Producción internacional de servicios

La post venta implica entre otros aspectos el entrenamiento, manejo de quejas y reclamos, garantías, postventa y la producción internacional simultánea al consumo, ya que el servicio se produce y consume simultáneamente.

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de Servicios de Post Ventas y la Producción internacional del servicio, desarrollando elementos y servicios de soporte y apoyo que adapten a las culturas y estilos de los mercados internacionales que acompañen a los servicios, orientados hacia los mercados internacionales meta seleccionados. Que tengan recursos más económicos, que generen mercados de mayor valor para el consumidor, o en segmentos específicos que reduzcan los costos de producción de servicios y que dichos mercados valoren estas características y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

- Servicios post ventas y la Propiedad del Cliente

Instalación, reparación, entrenamiento, quejas y reclamos, garantías, postventa (Servicios Postventas) El servicio no es propiedad del cliente, sólo el consumo de la misma

Generación de la ventaja competitiva mediante el desarrollo de Servicios de Post Ventas y la falta de propiedad de este por parte del cliente, desarrollando elementos tangibles que acompañen a los servicios, orientados hacia los mercados meta seleccionados en mercados internacionales. En mercados que tengan recursos más económicos, que generen mercados de mayor valor para el consumidor, o en segmentos específicos que reduzcan los costos de producción de servicios y que dichos mercados valoren estas características y con ello al lograr reducciones significativas de costos, incrementar el valor para el cliente, y adecuar la propuesta de servicio para el segmento meta seleccionado.

5.- Conclusiones

Las empresas de servicios compiten en una industria no solamente con empresas de servicio, sino también con empresas de productos, tanto a nivel nacional como internacional y pueden tener diferentes estrategias que generen valor

Así lo que aparentemente puede ser una desventaja de las empresas de servicio en relación a aquellas de productos se puede visualizar como áreas de oportunidad de generación de ventaja competitiva a nivel internacional mediante las oportunidades que estos mercados presentan y las fortalezas que se pueden detectar analizando la cadena de valor de los servicios.

Se puede crear un modelo teórico específico para servicio en mercados internacionales lo cual es importante continuar profundizando y desarrollando debido al crecimiento del componente de valor de los servicios en la productividad mundial, y la interrelación de los diferentes mercados internacionales.

6.- Bibliografía

- 1.-Eiglier. P, Langeard. P.1989.Servucción: el marketing de servicios.McGraw-Hill
- 2.-Lovelock.C.1997.Mercadotecnia de Servicios.Pearson – Prentice Hall
- 3.-Mintzberg.H. Quinn, J.B. 1993.El Proceso Estratégico.Editorial Prentice Hall Hispanoamericana
- 4.-Zeithaml, V.A. ;Bitner, M.J ; Gremler, D.D. 2014.Services marketing : integrating customer focus across the firm. McGraw-Hill/Irwin
- 5.- Hoffman K. Bateson.J. 2012.Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases
- 6.- Eguren Martí.M, Castán.J.2011.LA CADENA DE VALOR BAJO UN ENFOQUE SISTÉMICO Y SUS IMPLICACIONES EN EL ANÁLISIS DE LA CREACIÓN DE VALOR EN LA EMPRESA.Universitat de Barcelona
- 7.-Porter.M. 1987.Ventaja Competitiva. Cecs



LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS FRANQUICIAS MEXICANAS: EL EFECTO DE LAS VARIABLES ORGANIZACIONALES SOBRE EL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN.

*Cesario Armando Flores Villanueva
Universidad Autónoma de Nuevo León*

Dirección: Praga y Triste s/n Col. Las Torres, Monterrey, N.L. Campus Mederos UANL.

Correo: cesario.politicas@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicana

*Juan Baldemar Garza Villegas
Universidad de Monterrey*

Dirección: Av. Ignacio Morones Prieto 4500 Pte. 66238 San Pedro Garza García, N.L.

México.

Correo: baldemar.garza@udem.edu

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 18/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 11/Mayo/2015

Resumen

El presente estudio evalúa la importancia de la experiencia, el tamaño, la estructura de la cadena y la dispersión geográfica sobre el grado de internacionalización de las franquicias mexicanas. Los resultados indican que la experiencia tiene un efecto positivo sobre el grado de internacionalización, mientras que la estructura y la dispersión geográfica tienen un efecto negativo. El tamaño resultó tener una correlación positiva, pero no significativa. El crecimiento resultó tener un efecto significativo en el tamaño de la franquicia. Los datos fueron evaluados mediante la técnica de mínimos cuadrados parciales, usando el software SMART PLS.

Ecuaciones estructurales, Franquicias, internacionalización, SmartPLS.

Introducción

La franquicia puede entenderse como un modelo de comercialización que consiste en un acuerdo por un periodo de tiempo, en el cual el propietario de una marca registrada llamado franquiciador garantiza a otra persona o firma llamado franquiciado, el derecho de operar bajo una marca registrada con el propósito de producir o distribuir un producto o servicio (Caves & Murphy, 1976).

La internacionalización de la franquicia

Los enfoques que han dominado principalmente el proceso de internacionalización de las franquicias son la teoría de la agencia y la teoría basada en los recursos. Para Alon (1999) la teoría de la agencia se relaciona con factores como el costo de adhesión al sistema de franquicias y la dispersión geográfica, mientras que los factores como la edad y el tamaño de la franquicia están relacionados con el enfoque basado en recursos. La teoría de la agencia parece ofrecer una mejor explicación de la selección del modo de entrada a los mercados internacionales que la teoría basada en recursos (Duniach-Smith, 2003), sin embargo ambos enfoques han sido empleados en diferentes estudios sobre la internacionalización de la franquicia.

La evolución de las franquicias en México

La franquicia en México surge en la década de los ochenta con la promulgación en 1982 de la ley de transferencia de tecnología (Pérez, 2000). En 1990 se promulgo el reglamento de la ley sobre el control y registro de transferencia de tecnología y el uso y explotación de patentes y marcas, y por primera vez se reconoce a las franquicias en la legislación mexicana (Arce Gargollo , 2009). Con la legislación actual de la ley de propiedad industrial el contrato de franquicia es una especie de contrato de licencia de marca, en el que franquiciador (o franquiciante) tiene la obligación de proporcionar al franquiciado (o franquiciatario) conocimientos técnicos o asistencia técnica (Arce Gargollo, 2009). Esta certeza jurídica dio un fuerte impulso a la expansión masiva del sector, ya que logro establecer las bases más sólidas en cuanto a garantías y protección jurídica tanto para el franquiciante como para el franquiciatario (Feher, 2008). Por otro lado la integración de México al tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá, razón por la que se reformo la ley de inversiones extranjeras, la ley de transferencia electrónica y la ley de propiedad industrial, impulso el interés de empresarios mexicanos por invertir en las primeras franquicias.

Los datos aportados por la revista *Entrepreneur 500 franquicias* que anualmente enlistan las franquicias en México, reportan un total de 26 categorías al año 2012 que se muestran en la tabla 1. El giro de alimentos y bebidas manifiesta una mayor proporción en las franquicias nacionales con el 34%, donde solamente el 6% son de procedencia extranjera. Los sectores de comercio especializado y servicios especializados presentan una proporción de 12% y 17% en el total de franquicias, pero con una presencia de franquicias extranjeras del 11% en el comercio especializado y un 20% en los servicios especializados.

Tabla 1. Categorías de las franquicias en México

Giro de negocio	Franquicias Reportadas	Giro de negocio %	Franquicias extranjeras	% extranjeras
Alimentos y bebidas	276	34%	17	6%
Automotor	30	4%	9	30%
Comercio especializado	96	12%	11	11%
Cuidado personal	61	8%	14	23%
Educación y capacitación	47	6%	11	23%
Entretenimiento, recreación eventos	26	3%	1	4%
Mascotas	6	1%	0	0%
Niños	19	2%	2	11%
Salud y bienestar	35	4%	3	9%
Servicios especializados	138	17%	27	20%
Tecnología y comunicaciones	26	3%	4	15%
Turismo	28	3%	10	36%
Vivienda	22	3%	7	32%
Total	810	100%	116	14%

Fuente Elaboración propia en base a los datos de Entrepreneur (2012)
 Marco Teórico

Variables e hipótesis de investigación

Experiencia

La experiencia que el franquiciador adquiere en el mercado doméstico a través de los años del funcionamiento del sistema de franquicias le permite adquirir los conocimientos necesarios para expandir sus operaciones en el extranjero, permite el conocimiento básico tácito que solo pertenece al personal, que se ha aprendido a través de sus operaciones domésticas, y se puede esperar que tenga una influencia en el diseño de las estrategias de propiedad en el extranjero

(Dunning, 2001), por lo tanto las empresas con más experiencia desarrollan capacidades de control y coordinación que facilitan su expansión internacional (Shane, 1996). Al aumentar la experiencia de las franquicias, las empresas son propensas a desarrollar las capacidades de organización, de talento gerencial, de conocimiento local, capacidad de gestión a distancia, habilidades de adaptabilidad cultural y destrezas de gestión del país anfitrión (Castrogiovanni, Combs, & Justis, 2006). A través de la distribución nacional, las empresas adquieren conocimientos sobre métodos de comercialización y las características de los consumidores y estos pueden ser transferidos a lugares geográficos distantes que permitan el establecimiento de operaciones en ambientes nuevos y diferentes (Johanson & Vahlne, 1977).

H1: La experiencia tendrá un efecto positivo sobre el grado de internacionalización de las franquicias mexicanas.

Tamaño de la cadena

El tamaño de la franquicia, medido como el número de unidades en el sistema de la franquicia, afecta muchos aspectos de la conducta del franquiciador y su posición en el mercado. El tamaño se relaciona positivamente con los recursos financieros y no financieros de la empresa (Alon, 2000) permite demostrar que la franquicia que es exitosa en diferentes ambientes locales puede involucrarse en un ambiente global (Alon, Ni, & Wang, 2011). El aumento de tamaño del franquiciador conducen a economías de escala en las compras, la promoción, investigación y desarrollo, control de calidad y monitoreo (Huszagh, Huszagh, & McIntyre, 1992). Por lo tanto es de esperarse que una franquicia de mayor tamaño, mayor será su economía de escala y tenga mejores condiciones para internacionalizarse.

La expansión nacional de la red con toda su publicidad asociada y otras actividades muy comunes, incrementa la posibilidad de una propuesta por extranjeros (Welch, 1989), permite visualizar el éxito de la cadena y su exposición a los franquiciadores potenciales nacionales y extranjeros.

H2: El tamaño de la franquicia tendrá un efecto positivo sobre el grado de internacionalización.

Crecimiento de la franquicia

Para Shane (1996) el crecimiento es una condición necesaria para lograr un tamaño de franquicia, ya que una franquicia con crecimiento acelerado es más probable que adopte una estrategia de internacionalización que una franquicia de menor crecimiento. Un alto crecimiento de la cadena podría revelar a los nuevos franquiciados que el concepto es popular y fácil de replicar (Pierrot). Y desde la perspectiva del futuro franquiciado el índice de crecimiento de una cadena de franquicia será un beneficio que es muy valorado para su futuro negocio (Ayup & Calderón, 2009)

A medida que el franquiciador crezca y desarrolle nuevas unidades, logrará un tamaño adecuado que permitirá la adquisición de los recursos para internacionalizarse (Alon, Ni, & Wang, 2011), ya que los franquiciadores necesitan construir un marca valiosa y visible en corto tiempo, con presencia de unidades en varias localidades (Perrigot, 2008).

H3: El crecimiento de la cadena tiene un impacto positivo en el tamaño de la franquicia.

Estructura de la cadena

Las organizaciones que utilizan la franquicia adoptan estrategias diferentes, algunas se desarrollan únicamente a través de unidades franquiciadas y otras adoptan una estructura dual con unidades propias y franquiciadas. Para Díez & Rondán (2004) las organizaciones que siguen esta estructura dual, es porque están convencidos de que les proporciona ventajas competitivas frente a sistemas totalmente sucursales (propios) o franquiciados. La existencia de unos tiene impactos positivos en la gestión de otro y además sirven para mejorar la innovación de la cadena (Pierrot). Alon, Ni & Wang (2011) en su trabajo sobre la industria hotelera estadounidense reportaron que el porcentaje de unidades franquiciadas está positivamente relacionado con la decisión de internacionalizarse. La sólida posición en el

mercado doméstico a través de unidades propias parece estar relacionado con la capacidad de internacionalizarse, sin embargo Perrigot (2008) en un estudio empírico en franquicias francesas encontró que las cadenas internacionales tienen una menor proporción de franquicias propias en relación con las franquicias domésticas, igualmente (Ni, Alon, & Dant, 2009) confirmaron una mayor proporción de unidades franquiciadas contribuye significativamente a la internacionalización de las franquicias *fast food* estadounidenses.

H4: Una mayor proporción de unidades franquiciadas en la estructura de la cadena tiene un efecto positivo en el grado de internacionalización.

Dispersión Geográfica

La dispersión geográfica es la medida que las empresas crecen a través puntos de venta franquiciados adicionales en diferentes lugares, permitiendo que se desarrollen mejores habilidades y experiencia en la gestión de los franquiciados. El desarrollo por parte de los franquiciadores de mejores habilidades de gestión y las mejores prácticas entre los franquiciados prepararan a los franquiciadores a crecer internacionalmente (Alon & McKee, 1999). La capacidades de monitoreo son probablemente una espacialidad crítica para el éxito del franquiciador internacional (Fladmoe-Lindquist & Jacque, 1995). Dado que la dispersión de las unidades franquiciadas en el mercado doméstico, obliga al franquiciador a establecer una capacidad de monitoreo a los largo y ancho del territorio nacional, en lugar de un monitoreo a nivel local y regional, y esta capacidad le permitirá adaptarse a los mercados extranjeros con mayor facilidad. Por ejemplo el aprendizaje logrado en la expansión dentro del territorio australiano influyó en los franquiciadores en su deseo de internacionalización (Welch L. , 1989) y la presencia en un mayor número de estados del territorio estadounidense resulto significativa en la intensión de los franquiciadores para de internacionalizarse (Ni, Alon, & Dant, 2009)

H5: La dispersión geográfica tiene un efecto positivo sobre el grado de internacionalización.

Variable dependiente

La variable dependiente para este estudio será el *grado de internacionalización*. Para Ietto-Gillies & London (2009) el grado de internacionalización es multidimensional y debe medir la intensidad de las actividades en el extranjero en relación con el total de actividades domésticas o totales, el alcance geográfico en función del número de países y la concentración geográfica que mide la concentración de las actividades dentro de una región específica. Para Dörrenbächer (2000) el uso de los indicadores compuestos son más adecuados para medir la internacionalización empresarial ya que dada la multidimensionalidad de la internacionalización, la restricción de la medición en un solo elemento significa que sólo una parte de todo el fenómeno de la internacionalización empresarial está representado. Por lo tanto el grado de internacionalización de la franquicia debe tener un carácter multidimensional.

Diversos trabajos han evaluado el grado de actividad de internacionalización en la franquicia usando indicadores que miden experiencia, intensidad y cobertura geográfica internacional (Baena & Cerviño, 2010; Burton, Cross & Rhodes, 2000). Siguiendo esta línea, esta investigación considera tres dimensiones: la experiencia internacional medida en años de operación en el extranjero, la intensidad medida en unidades en el extranjero y porcentaje de actividades en el extranjero contra el total de unidades locales y finalmente el número de países donde la franquicia tiene presencia.

Metodología

Considerando la falta de información sobre las franquicias internacionales mexicanas se consultó para su identificación inicialmente la página WEB de la Asociación Mexicana de Franquicias y la revista *Entrepreneur 500* franquicias de los años 2012 y 2013. Dado que no todos los franquiciadores aparecen en esta revista y no son miembros de la asociación se

consultó los datos aportados por el INEGI (INEGI, 2012) en el catálogo de franquicias en México 2012. Una vez identificadas las franquicias internacionales y con el fin de corroborar los datos, durante el segundo semestre del año 2013 se consultaron las páginas web de los franquiciadores y se realizaron llamadas telefónicas para su confirmación. Solamente se consideraron para este estudio las 42 franquicias internacionales mexicanas cuyos datos fueron confirmados a través de sus páginas web o bien telefónicamente.

La ventaja del uso de mínimos cuadrados parciales frente a otras técnicas es que puede trabajar con muestras pequeñas e incluso los datos pueden no tener una distribución normal. Las ecuaciones estructurales permiten evaluar de manera integrada los constructos independientes, mediadores, dependientes y moderadores en un solo modelo integral. Para este estudio el objetivo es evaluar el impacto de la experiencia, el tamaño, la estructura y la dispersión geográfica sobre el grado de internacionalización. Y el efecto del crecimiento sobre el tamaño. Nuestro modelo está construido por dos variables endógenas grado de internacionalización y tamaño de acuerdo a la figura 1.

Esta investigación considera el criterio usado por Garza et al (2014) para el requerimiento del tamaño de muestra que señala que debe ser 5 veces el número de trayectorias entrantes al constructo de mayor trayectorias entrantes es el requerimiento para el tamaño de muestra. En nuestro modelo el constructo con mayor cantidad de trayectorias entrantes es grado de internacionalización con cuatro, que equivale a 20 muestras requeridas (4 x 5). Henseler, Ringle, & Sinkovics (2009) sugieren un tamaño de muestra equivalente a 10 veces el numero trayectorias entrantes al constructo con mayor número de trayectorias, igualmente nuestro modelo cumple el tamaño de muestra.

La tabla 2 muestra una descripción de las variables latentes del modelo, sus indicadores y el criterio para medición de los indicadores.

Tabla 2 Variables, indicadores y mediciones

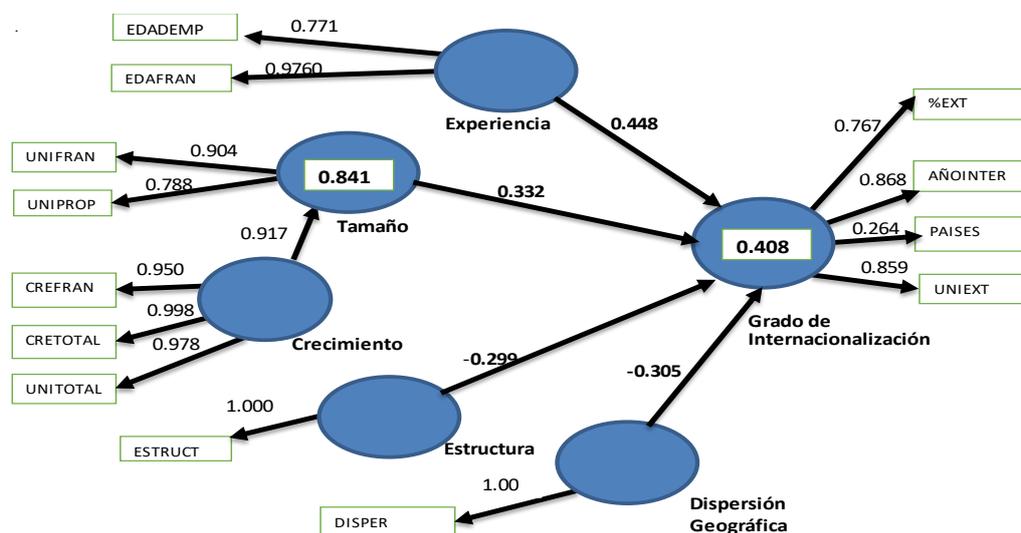
Variable independiente	Indicador	Medida
-------------------------------	------------------	---------------

Experiencia	Edad empresa Edad franquicia	Años transcurridos desde su fundación al año 2014 Años de operar como franquicia hasta el año 2014
Tamaño	Unidades propias Unidades Franquicia	Establecimientos propiedad de la franquicia Establecimientos franquiciados
Crecimiento	Crecimiento total Crecimiento franquicia Unidades totales	Unidades totales en México / edad empresa Unidades franquiciadas en México / edad franquicia Unidades totales en México
Estructura	Estructura	Unidades franquiciadas/ unidades totales en México
Dispersión Geográfica	Dispersión	Numero de estados donde la franquicia tiene presencia
Variable dependiente		
Grado	Países	Número de países donde la franquicia tiene presencia
Internacionalización	Unidades exterior Porcentaje exterior Años internacional	Unidades totales de la franquicia en el exterior Porcentaje unidades exterior / unidades totales Número de años que la franquicia opera en el extranjero hasta el año 2014

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Figura 1. Resultados del modelo de las seis variables con el algoritmo PLS



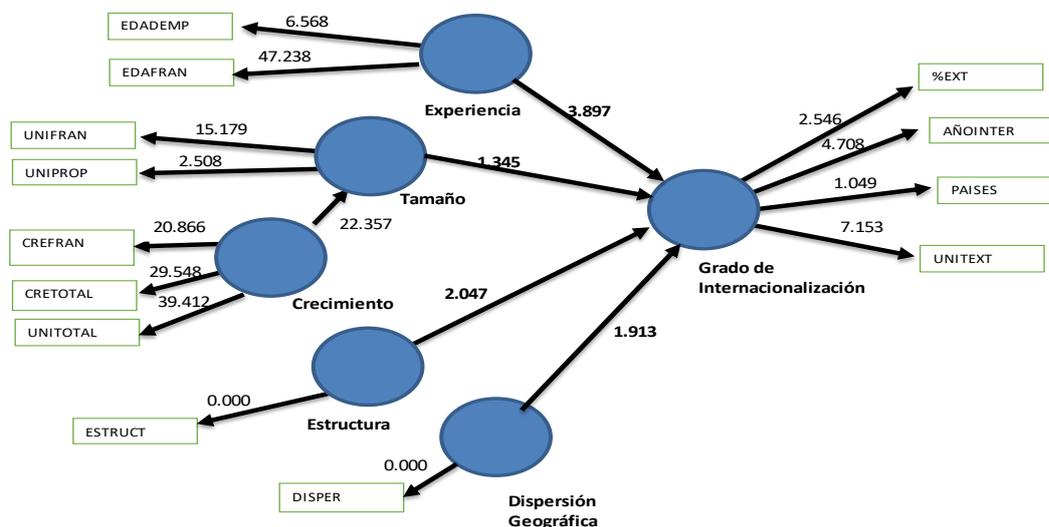
Fuente: Elaboración propia usando el software Smart PLS.

El criterio para la evaluación del modelo estructural son las mediciones de R² y el nivel de significancia de los Path Coefficients o Beta (β).

El valor obtenido de R^2 debe ser elevado para que el modelo explique un alto porcentaje de las variables endógenas, observando los valores encontrados en los círculos de la figura 1, se concluye que las variables independientes explican un 40.8% de la varianza del grado de internacionalización, lo cual muestra que el modelo explica una gran parte de la variación de la variable independiente. La variable crecimiento explica el 84.1% de tamaño.

En la tabla 4 se analiza el impacto que tienen las variables experiencia, estructura, tamaño y dispersión geográfica sobre grado de internacionalización evaluando su coeficiente beta. Para evaluar el impacto de los coeficientes beta en el modelo se tomó como referencia los valores estimados por Garza et al (2014), que estiman los rangos de 0.30 a 0.50 como fuertes y los rangos superiores a 0.5 como muy fuertes. El impacto de crecimiento sobre tamaño (0.917) es muy fuerte por su valor superior a 0.5 y los impactos de dispersión geográfica, estructura, experiencia y tamaño son fuertes sobre la variable independiente grado de internacionalización ya que presentan valores superiores 0.30

Figura 2. Resultados usando el procedimiento bootstrapping



Fuente: Elaboración propia usando el software Smart PLS.

La tabla 5 muestra los resultados al correr el algoritmo bootstrapping, este procedimiento realiza muestreos repetidos aleatorios con remplazo de la muestra original para obtener una

muestra bootstrap, sobre la que se harán los contrastes estadísticos para evaluar la significancia de cada una de las variables en el modelo. Para la interpretación recurrimos a Garza et al (2014) que declaran que valores de t iguales o mayores de 3.1 (p-value .001) son altamente significativos, valores de t entre 2.33 a 3.1 (p-value .01) son considerablemente significativos, valores entre 1.68 a 2.3 (p-value 0.05) son significativos y valores de t menores de 1.68 como no significativos. Los resultados muestran que la experiencia es altamente significativo sobre grado de internacionalización, y que la estructura y la dispersión geográfica son significativos, sin embargo tamaño resulto no significativo.

Tabla 4 Valor del impacto entre variables

Relación entre variables	Coefficiente o Beta	Valoración del Impacto
Crecimiento- Tamaño	0.917	Muy fuerte
Dispersión Geográfica –Grado de internacionalización	-0.305	Fuerte
Estructura -Grado de internacionalización	-0.299	Fuerte
Experiencia -Grado de internacionalización	0.488	Fuerte
Tamaño -Grado de internacionalización	0.332	Fuerte

Fuente: Elaboración propia usando el software Smart PLS

Tabla 5. Significancia entre las variables

Relación entre variables	T	Significancia
Crecimiento- Tamaño	22.357	Altamente significativo
Dispersión Geográfica -Grado de internacionalización	1.913	Significativo
Estructura -Grado de internacionalización	2.047	Significativo
Experiencia -Grado de internacionalización	3.897	Altamente significativo
Tamaño -Grado de internacionalización	1.345	No significativo

Fuente: Elaboración propia usando el software SmartPLS

En la tabla 6 se muestran los resultados de validez convergente. La varianza promedio extraída o AVE (por su siglas en inglés) mide la validez convergente, que significa que los constructos obtienen más varianza de sus indicadores que del azar y deberá presentar valores superiores a 0.5 (Henseler et al ,2009). Se puede observar de la tabla 6 que todos los valores reportados son superiores a 0.5, indicando un valor aceptable de validez convergente en nuestro modelo. Es

decir, si de lo que se trata es de medir un concepto abstracto, lo que se necesita es que la medición mida lo que está buscando medir (Mendoza & Garza 2009)

Tabla 6. Validez convergente y discriminante

Constructo	AVE	Validez discriminante
Crecimiento	0.952	0.976
Dispersión Geográfica	1	1.000
Estructura	1	1.000
Experiencia	0.774	0.880
Grado de internacionalización	0.537	0.733
Tamaño	0.719	0.848

Fuente: Elaboración propia usando el software SmartPLS

Para validar la confiabilidad y validez de los constructos de los modelos se utiliza la medida de confiabilidad compuesta. La confiabilidad compuesta no asume que todos los indicadores son igualmente confiables como lo hace el alfa de cronbah, esto es muy importante ya que prioriza los indicadores de acuerdo a sus confiabilidades durante la estimación del modelo (Garza et al 2014), y esto asegura de manera significativa que la prueba puede medir alguna característica o cualidad durante la estimación del modelo, da a entender que el conjunto de indicadores está midiendo apropiadamente el constructo. La confiabilidad compuesta es una medida de la consistencia interna y su valor debe ser superiores 0.6 (Henseler et al 2009). Nuestro modelo cumple con el criterio de confiabilidad compuesta al presentar todos los constructos valores superiores a 0.6. Los valores de alfa de cronbach son superiores a 0.6 por lo que pueden ser usados en el modelo.

Tabla 7. Confiabilidad Alfa de Cronbach y Confiabilidad Compuesta

Variable	Confiabilidad (Alfa de Cronbach)	Confiabilidad Compuesta
Crecimiento	0.975	0.983
Dispersión Geográfica	1	1
Estructura	1	1
Experiencia	0.761	0.871
Grado de internacionalización	0.684	0.804
Tamaño	0.62	0.836

Fuente: Elaboración propia usando el software Smart PLS.

La confiabilidad de los indicadores se mide con el valor de las cargas estandarizadas. Un valor observado mayor a 0.7 manifiesta confiabilidad (Henseler et al 2009). Analizando la figura 1 se observa que la gran mayoría de los indicadores supera este valor.

Conclusiones

Los resultados del modelo muestran resultados muestran que la influencia sobre el grado de internacionalización de las distintas dimensiones probadas en este modelo siguen comportamientos distintos, la experiencia expresada en años de operación de la cadena es positivamente significativa, sin embargo la dispersión geográfica y la estructura de la cadena muestran un impacto negativo. Es sorpresiva la correlación positiva pero no significativa de tamaño de cadena sobre el grado de internacionalización.

Los resultados del modelo comprueban que la experiencia del franquiciador es altamente significativa con el grado de internacionalización. Dado que la experiencia está relacionada con el aprendizaje, es de esperarse que con los años de operación las franquicias mexicanas internacionales una vez logrado el dominio del concepto, la reproducibilidad del modelo y mejor capacidad de monitoreo (Shane, 1996) para asegurar la calidad a través de las múltiples unidades dentro del país y posteriormente en el extranjero (Michael, 2003). La antigüedad de la cadena es sinónimo de su éxito a lo largo del tiempo y logrado este conocimiento y capacidad de gestión les permita tener los atributos suficientes para internacionalizarse. Las franquicias de mayor edad manifiestan más años como internacionales y esto impacta positivamente en su grado internacionalización.

La correlación negativa de la estructura indica que una proporción mayor de unidades propias en la cadena favorece la internacionalización. Este comportamiento parece estar relacionado con los recursos necesarios para la internacionalización como son la fortaleza financiera, la estandarización del modelo, la reputación de la marca, que son logrados principalmente con unidades propias, ya que las unidades propias de la compañía facilitan el

desarrollo y la estandarización de la cadena (Sorenson & Sørensen, 2001) y una sólida posición en el mercado doméstico a través de compañías propias permite adquirir mejor conocimiento (Perrigot, 2008), una mayor rentabilidad mayor (Ehrmann & Spranger, 2007).

El impacto de crecimiento sobre el tamaño refleja que tamaño y crecimiento están significativamente relacionados, lo que permite observar que las franquicias necesitan un alto grado de crecimiento para lograr un tamaño crítico. Existe una correlación positiva de tamaño de la franquicia sobre grado de internacionalización sin embargo este no es significativo, lo que podría sugerir que las franquicias prefieren la internacionalización antes de lograr un gran tamaño crítico o bien que las franquicias mexicanas con un gran número de unidades consideran que un éxito en el mercado doméstico es tal que no justifica el esfuerzo para internacionalizarse. Para (Frazer, Weaven, & Wright, 2006) un impulsor de la internacionalización surge de la necesidad de lograr una participación en el mercado internacional antes de alcanzar una saturación en su mercado doméstico. Pedro et al (2011) encontraron que las cadenas de tamaño medio a diferencia de las grandes y pequeñas mostraron alta confianza en su estrategia de internacionalización. Y este comportamiento parecen seguir las franquicias mexicanas internacionales.

La correlación negativa del grado de dispersión con el grado de internacionalización parece estar relacionada con la decisión de los franquiciadores de posicionarse local y regionalmente. Y una vez logrado el éxito en estos lugares deciden internacionalizarse. También podría interpretarse como una señal de que es más atractivo expandirse internacionalmente y dedicar esfuerzo a este proceso, antes de lograr una dispersión total en el territorio nacional.

Bibliografía

- Aliouche, H., & Schlenrich, U. (2011). Towards a strategic model of global franchise expansion. *Journal of Retailing*, 87(3), 345-365.
- Alon, I. (1999). The internationalization of U.S. franchising systems. *New York: Garland Publishing Inc.*
- Alon, I. (2000). The organizational determinants of master international franchising. *Journal of Business & Entrepreneurship*, 12(2), 1-18.

- Alon, I., & McKee, D. (1999). Towards a macro-environmental model of international franchising. *Multinational Business Review*, 7(1), 76-82.
- Alon, I., Ni, L., & Wang, Y. (2011). Examining the determinants of hotel chain expansion through international franchising. *International Journal of Hospitality Management*, 3(2), 379-386.
- Arce Gargollo, J. (2009). *El contrato de franquicia*. Mexico, D.F.: Porrúa.
- Asociación Mexicana de franquicias. (2012). Recuperado el Noviembre de 2013, de <http://franquiciasdemexico.org/estadisticas-2012.html>
- Ayup, J., & Calderón, M. (2009). Brechas de crecimiento en las franquicias mexicanas. *XI Asamblea general de la ALAFEC*, (págs. 1-26). Guayaquil.
- Baena, V. (2010). Teorías y líneas de investigación en el sistema de franquicia: una revisión de los años 60 hasta 2009. *Cuadernos de Gestión*, 10(2), 43-66.
- Baena, V., & Cerviño, J. (2010). El efecto de la experiencia, tipo de actividad y renombre de marca sobre la expansión y grado de intensidad internacional de la franquicia española. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 14(2), 67-89
- Burton, F., Cross, A., & Rhodes, M. (2000). Foreign market servicing strategies of UK franchisors: An empirical enquiry from a transactions cost perspective. *Management International Review*, 40(4), 373-400.
- Carney, M., & Gedajlovic, E. (1991). Vertical integration in franchise systems: Agency theory and resource explanations. *Strategic Management Journal*, 12(8), 607-629.
- Castrogiovanni, G., Combs, J., & Justis, R. (2006). Resource scarcity and agency theory, predictions concerning the continued use of franchising in multi-outlet networks. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 27-44.
- Caves, R., & Murphy, W. (1976). Franchising: firms, markets, and intangible assets. *Southern Economic Journal*, 42(4), 572.
- Combs, J., Ketchen, D., & Short, J. (2011). Franchising research: Major milestones, new directions, and its future within entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(3), 423-425.
- Díaz-Bernardo, R. (2012). An analysis of the three confronting theories to explain franchising supply. *Journal of Business & Economic Research*, 10(3), 167-170.
- Díez de castro, E., Navarro, A., Rondán, F., & Rodríguez, C. (2008). Unidades franquiciadas versus unidades propias en el sistema de franquicias: Una investigación empírica. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(2), 185-210.
- Diez, E., & Rondán, F. (2004). La investigación sobre franquicia. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 10(3), 71-96.
- Doherty, A. (2007). The internationalization of retailing: Factors influencing the choice of franchising as a market entry strategy. *International Journal of Service Industry Management*, 12(2), 184-205.
- Doherty, A., & Quinn, B. (1999). International retail franchising: An agency theory perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 27(6), 224-236.
- Dörrenbächer, C. (2000). Measuring corporate internationalisation. *Intereconomics*, 35(3), 119-126.
- Duniach-Smith, K. (2003). International entry mode choice in a franchise setting. *Emnet Conference on "Economics and Management of Franchising Networks"*. Vienna, Austria.
- Ehrmann, T., & Spranger, G. (2007). Franchisee versus company ownership—An empirical analysis of franchisor profit. *En Economics and Management of Networks* (págs. 31-50). Physica-Verlag HD.
- Entrepreneur. (2012). 500 franquicias. 20(1), Enero. México.
- Entrepreneur. (2013). 500 franquicias. 20(1), Enero. México

- Evans, J., Bridson, K., Byrom, J., & Medway, D. (2008). Revisiting retail internationalization drivers, impediments and business strategy. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(4), 260-280.
- Feher, F. (2008). ¿Porque tienen tanto éxito ? *Entrepreneur 500 Franquicias*, 16(1), 51-52.
- Fladmoe-Lindquist, K., & Jacque, L. (1995). Control modes in international service operations: The propensity to franchise. *Management Science*, 41(7), 1238-1249.
- Fladmoe-Linquist, K. (1996). International franchising: Capabilities and development. *Journal of Business Venturing*, 419-438.
- Frazer, L., Weaven, S., & Bodey, K. (2012). Franchising Australia 2012. Obtenido de [www.australianfranchising.com.au:http://www.australianfranchising.com.au/downloads/FranchisingAustraliaSurvey-2012.pdf](http://www.australianfranchising.com.au/downloads/FranchisingAustraliaSurvey-2012.pdf)
- Frazer, L., Weaven, S., & Wright, O. (2006). *Franchising Australia 2006*. Brisbane: Griffith University/Franchise Council of Australia.
- Gallástegui, J. (2012). Las claves del contrato de franquicia. *Entrepreneur 500 Franquicias* , 20(1), 74-78.
- Garza, J., Lerma, C., & Terriquez, O. (2014). Modelo Baldrige en una empresa manufacturera y su modelación de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales. Caso de estudio. *Innovaciones de negocios*. (en prensa)
- Gillis, W., & Castrogiovanni, G. (2012). The franchising business model: an entrepreneurial growth alternative. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(1), 75-98.
- Henseler, J., Ringle, C., & Sinkovics, R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319.
- Hoffman, R., Kincaid, J., & Preble, J. (2008). International franchise expansion: Does market propinquity matter?. *Multinational Business Review*, 16(4), 25-51.
- Hunt, S. (1977). Franchising: promises, problems, prospects. *Journal of Retailing*, 53(3), 71-84.
- Huszagh, S., Huszagh, F., & McIntyre, F. (1992). International franchising in the context of competitive strategy and the theory of the firm. *International Marketing Review*, 9(5), 5-18.
- Letto-Gillies, G., & London, S. (2009). Conceptual issues behind the assessment of the degree of internationalization. *Transnational Corporations*, 18(3), 59-83.
- INEGI. (2012). *Catálogo de franquicias en México 2012*. Recuperado el Enero de 2013, de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/metodologias/ENOE/ENOE2012/franquicias/franquicias_2012.pdf
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The Internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies* , 8(1), 23-32.
- Kedia, B., Ackerman, D., & Justis, R. (1995). Changing barriers to the international of franchising operations: perceptions of domestic and international franchisors. *The International Executive*, 37(4), 329-348.
- Khauaja, D., & Toledo, G. (2011). The process of internationalization of Brazilian firms: study with franchisors. *InternexT: Revista Electrónica de Negocios Internacionais da ESPM*, 6(1), 42-62.
- Lafontaine, F., & Kaufmann , P. (1994). The evolution of ownership patterns in franchise. *Journal of Retailing*, 70(2), 97-113.
- Mariz-Pérez, R., & García-Álvarez, T. (2009). The internationalization strategy of spanish indigenous franchised chains: A resource-based view. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 514-530.

- May, F., Aquilera, O., & Loy, R. (2011). Franquicias en la economía mexicana: ¿realidad o fantasía? *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 6(2), 1463-1472.
- McIntyre, F., & Young, J. (2009). Firm advantages as determinants of the U.S. franchise industry's international expansion: An update. *23rd Annual International Society of Franchising Conference*. San Diego, California USA.
- Mendoza, J. & J.B. Garza (2009). La medición en el proceso de investigación científica: Evaluación de validez de contenido y confiabilidad. *Innovaciones de Negocios*. 6 (1), 17-32.
- Michael, S. (2000). Investments to create bargaining power: the case of franchising. *Strategic Management Journal*, 21(4), 497-514.
- Michael, S. (2003). Determinants of the rate of franchising among nations. *MIR: Management International Review*, 43(3), 267-290.
- Navarro, A. (2012). Determinantes de la estrategia de expansión internacional de las franquicias españolas. *Esic Market Economic and Business Journal*, 43(3), 451-471.
- Ni, L., Alon, I., & Dant, R. (2009). US-Based fast food restaurants: Factors influencing international expansion of franchise systems. *The fourth international conference on economics and management of networks*. Sarajevo
- Pedro, M. (2009). Agency theory and the franchising internationalization intention. *International Journal of Academic Research*, 1(2), 165-172.
- Pedro, M., Filipe, J., & Ferreira, M. (2011). Resource theory and the franchising internationalization intention. *International Journal of Academic Research*, 3(1), 869-873.
- Pérez, R. (2000). Panorama de las franquicias en México. *Gestión y estrategia*, 19(Julio-Diciembre), 65-75.
- Perrigot, R. (2008). Plural form and the internationalization of franchising networks: exploring the potential relationship. *En Strategy and Governance of Networks* (págs. 147-164). Physica-Verlag HD.
- Salles, P., Brashear, T., & Motta, D. (2011). Internationalization of Brazilian Franchisors: A psychic distance perspective. *XXXV Encontro da ANPAD*, (págs. 1-17). Rio de Janeiro.
- Shane, S. (1996). Why Franchise Companies Expand Overseas. *Journal of Business Venturing*, 11(2), 73-88.
- Sorenson, O., & Sørensen, J. (2001). Finding the right mix: Franchising, organizational learning, and chain performance. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 713-724.
- Welch, D., Alon, I., & Fable, C. (2006). An examination of international retail franchising in emerging markets. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 130-149.
- Welch, L. (1989). Diffusion of Franchise Systems Use in International Operations. *International Marketing Review*, 6(5), 7-19.



ESTRATEGIA Y CONTROL EN COSTEO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS Y DE SERVICIOS

*Facultad de Comercio Administración y Ciencias Sociales, U. A. T.
Ayuntamiento S/n. Col. Infonavit, Nuevo Laredo 88000, Tam. México*

*(AP) José Luis Díaz Roldán droidan@uat.edu.mx
CP. Juana Ortega Trujillo juanyortega@hotmail.com
Lic. Patricia Luna Flores luflores@uat.edu.mx
Nacionalidad autores: mexicana*

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 08/Junio/2015

Palabras Claves:

Control, Costes, Estrategia,

RESUMEN

El coste de manufactura del producto la principal preocupación de una organización manufacturera, el coste dará a la empresa y al producto, la oportunidad de competir y permanecer en el mercado. Los competidores están permanentemente atentos y preocupados de ofrecer costes atractivos que compitan y rivalicen.

La motivación del estudio es, identificar que modelos de control son utilizados en empresas de esta ciudad fronteriza para lograr sus objetivos estratégicos, si este sistema es justificable en planificación, organización y control. Provocando que los productos y servicios puedan mejorar sus procesos, induciendo al cliente a incrementar el consumo.

La investigación pretende mostrar la adopción de sistemas de costeo, y de acuerdo a trabajos de investigación previos, aboga por la aplicación de modelos tal como el ABC, que proporcionan información útil en la toma de decisiones en pro de mejorar la competitividad y promover más utilidad económica a la organización.

Con un cuestionario dirigido a directores y gerentes de empresa en la ciudad, se analizan resultados. El paquete SPSS permite obtener datos sobre estadísticos descriptivos como: frecuencias, porcentajes, mínimo, máximo, mediana, moda, pruebas apareadas; así como la obtención de gráficos y hacer más asequible el análisis de la información recogida.

Keywords: Control, Costs, Strategy

ABSTRACT

The cost of manufacturing the product the main concern of a manufacturing organization, cost to the company and give the product a chance to compete and stay in business. Competitors are constantly vigilant and concerned to offer attractive costs and competing rival.

The motivation of the study is to identify control models are used in this border city companies to achieve their strategic objectives, whether this system is justifiable in planning, organization and control. Causing products and services, improve their processes inducing the client to increase consumption.

The research aims to show the adoption of costing systems, and according to previous research works, calls for the application of models such as the ABC, which provide useful information in making decisions towards improving competitiveness and promote more use economic to the organization.

With a questionnaire to directors and managers of companies in the city, results are analyzed. The SPSS package provides data on descriptive statistics such as frequencies, percentages, minimum, maximum, median, mode, paired tests; and obtaining more affordable graphics and make the analysis of the information collected.

1. PLANTEAMIENTO DEL TEMA

La investigación pretende mostrar la finalidad y utilidad que representa la adopción de sistemas de costeo tal como el ABC, el cual puede auxiliar en los Sistemas de Control Gerencial Interno (SCGI) para las empresas de procesos productivos y de servicios.

El supuesto de productividad es considerado como una *estrategia*. En medio de un ambiente cambiante y que contribuye al desarrollo del entrono, tal como las fuerzas mediadoras o de *acoplamiento*, como lo sustentan los Srs. Hofer y Schendel (1978). Así, esta base permite elegir el adecuado SCGI, o para proyectos inmediatos y mediatos.

El presente documento se divide en dos secciones. En la primera, se plantea y desarrolla el tema, el marco teórico, justificación de la investigación, alcances y limitaciones, así como los objetivos del sistema ABC, y como este sistema puede influir en las empresas. En la segunda parte, se hace una investigación de campo orientada a indagar, el grado de conocimiento del sistema ABC de las empresas instaladas en Nuevo Laredo, Tam.

En la ciudad, existen empresas diversas, entre las que destacan, las agencias aduanales, de transporte, hoteles y restaurantes, en el ramo de servicios como la principal fuente de empleo por ser zona fronteriza, también están ubicadas empresas productivas, entre las que destacan

empresas maquiladoras, las cuales provienen de diferentes países, siendo 37 estadounidenses, 7 mexicanas, 3 japonesas y 1 finlandesa, dando un total de 48 maquiladoras, o como actualmente las denomina el gobierno federal, Industria Manufacturera Maquiladora de Exportación (IMMEX).

La investigación se centra en conocer cuantas empresas IMMEX tienen instalado el sistema de costeo ABC, ya que la mayoría de ellas son de origen extranjero, para ello se decide formular un cuestionario que a luz a estas interrogantes, pueda dar respuestas a, cuantas IMMEX lo aplican en sus procesos productos, cual es beneficio que les arroja, la dificulta al implantarlo, entro otros conceptos que resultan relevantes en la adopción de un sistema de costeo.

2. INTRODUCCIÓN

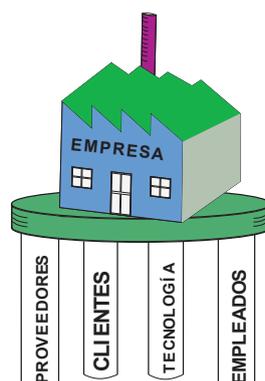
Las empresas se preocupan por ser identificadas como un sistema eficaz y eficiente, capaz de ayudar a resolver problemas a las personas que acuden y confían en ellas. Esta inquietud provoca que se revisen permanentemente acciones y planes de trabajo, así los dirigentes guían a la organización haciendo cambios productivos, auxiliándose de métodos de innovación que ayudan a cumplir los objetivos. Para ello emplean diferentes estructuras y estrategias, como Sistemas de Control y Gestión (SCG), que ayudan a desplegar las estructuras y estrategias. La aplicación de técnicas para lograr estas acciones productivas, evitarán que se *valide* el siguiente enunciado para una organización, *No hay nada tan inútil como hacer eficiente lo que no se necesita*, de acuerdo con Drucker (1954).

Este estudio permitirá conocer los SCG utilizados por maquiladoras, empresas de servicio y otras organizaciones, establecidas en Nuevo Laredo, Tamps. También, como estas herramientas les ayudan a gestionar y administrar la producción. Antes se define el término GESTIÓN, como *El conjunto de decisiones y acciones que llevan al logro de objetivos previamente establecidos*, (Mahecha, 2000).

Los cambios internos hechos por organizaciones, se realizan con la intención de hacerle frente a futuras amenazas que la empresa y su misión enfrentan, de acuerdo con (Mintzberg y Quinn, 1993). Estas iniciativas permiten una presencia constante en el mercado, no hay que olvidar, que la competencia y la obsolescencia, *están asociadas a una salida repentina del negocio en el que la empresa creyó estar involucrada y dominando, ¡bueno hasta que la realidad la despertó!* Pero y la competencia? ella si se preparó, realizando cambios a sus SCG, para poder tomar su lugar, sin más cambios que los hechos a su infraestructura. Este esfuerzo en el futuro es recompensado y capitalizado, ya que el cambio estratégico en tiempo y estructura fue adecuado, y el cliente beneficiado, por tal *ellos* (los cliente) agradecerán con preferencia y fidelidad.

Se considera que la mayoría de las organizaciones de manufactura y servicios, están *soportadas como en un taburete de cuatro patas principales*, como se ve en la figura No.1 (no necesariamente en el orden de mención). a) *Los clientes*, b) *los empleados*, c) *los proveedores* y d) *la tecnología de soporte*. Estos cuatro *pilares* permiten a la organización minimizar sus *debilidades* y aprovechar sus *fortalezas*. Cuando uno de ellos falla o se rompe, y/o no está a una distancia constante de (90° uno del otro), la organización *puede* quedar a la deriva y perder su actividad productiva para la que fue creada. El supuesto de productividad, es considerado como una *estrategia* en su medio ambiente que se desarrolla. También puede considerarse como una de las fuerzas mediadoras o de “acoplamiento”, de acuerdo a Hofer y Schendel, (1978). Esta base permite elegir mejor un SCG adecuado para proyectos inmediatos y mediatos.

FIGURA No.1 Los cuatro pilares o soportes del proceso productivo de una empresa.



Fuente: elaboración propia

El concepto anterior se toma, como *la estrategia particular de una empresa*.

¿Que es la estrategia?, es “el despliegue de los recursos propios de tal manera que permita vencer al enemigo” de acuerdo a (Mintzberg y Quinn, 1993), pero para los negocios, el enemigo lo representa el *competidor*. La competencia obliga a la organización a crear una estrategia propia y única, señalando y definiendo el camino de actividades laborales, así *la estrategia consiste en crear situaciones económicas rentables y en entender cómo sostenerlas armónica y económicamente*, como lo mencionan (Mintzberg y Quinn, 1993). Estrategia también es aceptar comentarios y crear una mejorara continua. Un comentario valioso que permita mejorar la atención a clientes y usuarios es:

Una compañía tiene múltiples aspectos en su carácter como los tiene una persona, busca su realización y auto expresión, poder, amistad, creatividad, reconocimiento inmediato y significación última. Tiene una conciencia y un alto propósito y estándares morales y vulnerables. Puede pescar, sentirse culpable y arrepentirse, puede amar y puede odiar, puede construir y puede destruir... En mi opinión, reconocimiento de las características humanas análogas a la vida corporativa rejuvenecería la economía, regeneraría el respeto nacional, iniciaría un renacimiento intelectual, y nos recompensaría a todos con una vasta gama de beneficios, las cuales, en nuestra ceguera, mantenemos neciamente escondidas cuando están al alcance de nuestra mano.

Sentimiento de Edwin Land (1977), en su reporte anual para Polaroid.

Considerando la anterior visión, que las empresas están hechas por y para seres humanos. Así el eficaz comportamiento y benéfico que se obtiene de las mismas, es responsabilidad de *nosotros*, también nuestro compromiso, lo es.

El SCG base de este estudio, es: Activity Based Costing (ABC), de (Robert Kaplan y David Cooper, 1975), quienes contribuyen a introducirlo y fomentar su utilización.

El presente documento se divide en dos secciones. En la primera, se plantea y desarrolla el tema, marco teórico y justificación de la investigación, alcances y limitaciones, objetivos, así

como la importancia de sistemas de coste en organizaciones productivas. En la sección II, se hace una investigación de campo, orientada a conocer el grado de conocimiento del sistema ABC por empresas instaladas en Nuevo Laredo, Tamps. Con los datos se realiza un análisis de resultados y se propone una solución plausible.

3. JUSTIFICACIÓN DE ESTA INVESTIGACIÓN

La investigación se basa en lo sensible del coste de manufactura y los constantes cambios. Contribuyen también publicaciones como: *Activity-based Systems*, de (Kaplan y Cooper, 1992), (Tamarit y Ripoll, 2002), la *Revolución Informática* que inicia a principios de los 80's con la aparición de computadoras u ordenadores personales de IBM. Estos factores de cambio, permiten a empresas establecer indicadores de eficiencia en la cadena productiva, que incide positivamente en costes de manufactura.

Las empresas mexicanas en armonía con el *Tratado de Libre Comercio* (TLC, 1994), en ingles *North American Free Trade Agreement* (NAFTA), no deben permitir quedarse fuera de la competencia y de los cambios. Las empresas canadienses y estadounidenses junto con la globalización, introducen al país productos de calidad y bajo coste, que compiten con los nacionales. Por ello, productores mexicanos deben aceptar el reto del cambio a la modernidad.

En el Municipio de Nuevo Laredo, localizado en el estado de Tamaulipas, al Noreste de México, principal frontera comercial del país, con una población de aproximadamente 415 mil habitantes, un crecimiento anual del 6%, (de acuerdo al gobierno local), existen instituciones educativas (que egresan de nivel Licenciatura y Postgrado), y una proximidad física con Laredo, Texas, Estados Unidos de América (USA). (cruzando el río Bravo), donde inicia la

autopista Inter-estatal 35, principal vía de comunicación carretero entre México, USA. y Canadá, los tres países integran el TLC o NAFTA.

Esta privilegiada ubicación geográfica de la ciudad, la posiciona como la frontera más importante del país, ya que del 100% del tráfico de mercancías en México, por el puente carretero y ferroviario se tramitan más del 35% de las mismas. Lo anterior provoca que converjan personas con diversas aptitudes y conocimientos, motivando el cambio y la inversión extranjera, y que al administrar las empresas aplicarán diversos SCG, como puede ser el ABC. El interés que motivo el estudio, es la participación que tiene la industria estadounidense con sus *maquiladoras*, y los avances que la tecnología ha manifestado últimamente.

4. PROBLEMA A RESOLVER

Uno de los problemas que enfrentan personas y organizaciones, es la mínima o nula información. La falta de conocimiento, retrasa y en algunos casos impide avanzar. Encarecer los procesos de producción provoca que al producto se le reste su competitividad (aunque este sea eficaz y eficiente), la solución a estas limitantes permite a personas y empresas alcanzar sus objetivos en el mínimo tiempo posible.

La consulta que se hará a las empresas los inducirá a investigar alternos SCG como el de costeo ABC, esta información permitirá, que las organizaciones productivas observen el avance alcanzando a sus objetivos previamente establecidos en sus estrategias, también motiva la evolución en el personal, permite incrementar la competitividad de sus productos o servicios. Despertar la inquietud hacia estos nuevos SCG, consideramos que no sólo será un aporte que esta investigación haga, también puede resolver un problema a la falta de conocimiento de éste sistema de costeo ABC.

5. SECCIÓN I SUSTENTOS DE ORIGEN A LA INVESTIGACIÓN EN ABC

En esta sección se mencionan algunos documentos previos a este análisis que, influenciaron en la investigación del modelo ABC, para algunas empresas, como (maquiladoras, de servicios y oficinas de gobierno) en la ciudad de Nuevo Laredo Tamps. México.

De los documentos que permiten fundamentar este análisis destacan los siguientes: libros y documentos que Robert Kaplan y Robin Cooper, han contribuido al tema Activity Based Costing. Otros aportes, publicación de Raj Kiani, M. Sangeladji, (2008), donde cuestiona a las 500 corporaciones industriales más grandes de los Estados Unidos de América, y de este análisis sólo 85 de ellas si dan respuesta, pero 41 de estas organizaciones no utilizan el ABC, lo cual indica que un 8.8% de conocimiento (la utilización a bajo nivel) del sistema ABC/ABM en un país donde se origina este sistema de costeo, pero además es la primer potencial comercial en el mundo. Este descubrimiento motiva el interés por el conocimiento y uso del sistema en México.

Otros documentos que también influyeron en el estudio, es el análisis que realizan Ruiz y Escobedo en 1996, de 51 empresas en México, arrojando como resultado, que el 6% de estas utilizan el SCG, ABC/ABM, lo que indica que únicamente 3 de ellas si lo conocen. Esto representa un bajo nivel de uso para un país que esta asociado (en un TLC) con otras economías del mundo.

Por las anteriores citas y la vecindad que esta ciudad (Nuevo Laredo), guarda con respecto a las principales economías del mundo (Estados Unidos y Canadá), se formulan los siguientes cuestionamientos. ¿Las empresas que están instaladas en Nuevo Laredo conocen SCG como el ABC y al ABC/ABM? Las empresas maquiladoras de origen principalmente americanas, utilizan este SCG? ¿La sociedad de Nuevo Laredo y sus demás empresas se basan en algún SCG útil? ¿Las Universidades de la localidad están incluyendo el SCG ABC y ABC/ABM en sus planes de estudio?

5. 2. TEORÍA, COSTEO TRADICIONAL vs. COSTEO ABC

El sistema ABC o *costo basado en actividades*, permite conocer los costos asociados en la producción de un producto o servicio, y puede determinar un precio competitivo de mercado. La asignación tradicional de costo a productos o servicios, se realiza como lo ilustra la siguiente ecuación.

$$\text{costo insumos} + \text{costo mano de obra} + \text{costo materiales} + \text{costos indirecto} + \text{utilidad}$$

El valor numérico que se obtiene de esta adición, es el costo tradicional al que puede ser vendido el producto o servicio.

El modelo ABC puede identificar que costes no añaden valor y cuales generan problemas, obteniendo productos y/o servicios con costo de venta accesible al cliente. El modelo ABC, distingue costos *indeseables*, elimina al máximo el prorrateo arbitrario de los costos indirectos al producto final, maximiza recursos que la organización dispone para la producción, haciéndola eficiente, rentable en beneficio de la organización, y también del cliente.

6. METODOLOGÍA EMPLEADA.

En Nuevo Laredo existen empresas diversas, entre las que destacan las agencias aduanales en el ramo del servicio, de transportación, hoteles, restaurantes, como principal fuente por ser zona fronteriza, hay 48 *Maquiladoras* (37estadounidense, 7 mexicanas, 3 japonesas y 1 finlandesa) de acuerdo a CODEIN, (oct. 2006). Estas empresas ensamblan sus productos y los regresan a su país de origen, así como oficinas de los tres niveles de gobierno. Que representan la fuente de consulta.

Aceptaron ser cuestionadas 79 de las diversas organizaciones anteriormente descritas, de los cuales sólo 30 fueron de utilidad para su análisis, y permitir conocer que SCG utilizan o se sienten mejor identificados en sus actividades diarias.

El cuestionario se centra en cuatro conceptos principales A.- *datos* generales, (actividad, número empleados origen de capital, escolaridad del encargado). B.- *Situación de los sistemas de contabilidad* (las ventas son nacional o internacional, antigüedad del sistema de coste, del listado seleccione SCG utilizados). C.- *Utilidad de actuales SCG utilizados* (aplicando escala Likert donde 1 poco a 5 significa mucho, el grado de utilidad de sus actuales SCG). D.- *Información proporcionada de sus actuales SCG* (también se aplica escala Likert, donde 1 muy poca, a 5 mucha información). E.- *Glosario* como ayuda a terminología poco familiarizada con el encuestado.

El análisis pretende identificar que empresas son propensas a instalar SCG, como el ABC, y como este sistema se identifica con la cultura latina, lo que es motivo de interés. También que grado de aceptación tiene? la dinámica del sistema se transmite adecuadamente a los empleados en las empresas?, Su adopción como herramienta de administración y control, *Mejora la precisión del cálculo de costes de cualquier objetivo de coste*, como lo establecen, Brimson, (1991) y Castelló, (1994). Que sectores de la producción están empleando el sistema en su actividad? que desventajas ha encontrado con respecto a sus anteriores sistemas de coste? que nivel de rechazo tiene este nuevo sistema ABC? Son algunas de las preguntas de la metodología en la consulta, estas se plantearon específicas y anónimas, lo que permito establecer confianza entre el encuestador y encuestado. La consulta se dirigió a los gerentes, jefes de producción, y profesionistas que tienen bajo su mando y control la toma de decisiones de una actividad productiva.

7. ANÁLISIS DE DATOS

Esta frontera es importante tanto para la importación-exportación como para la maquila, por tal se consideraba que algunas empresas tuvieran implantado como SCG el ABC, lo que se comprobó que no es así, lo conocen pero no lo emplean. Otro supuesto es en la desventaja que

este sistema ofreciera al ser aplicado, la consulta arrojo que sólo es considerado en áreas de producción, descuidándose sitios como la atención al contribuyente, la tramitación de pedimentos, la agilidad en la logística del transporte carretero. Para el nivel de rechazo que este puede presentar, lo refieren al costo de su adopción como SCG, pero cabe hacer la mención que existe un programa (software) llamado SERVI – ABC, el cual es compatible a sistema windows, propuesto por Pérez Bernal, Bajuín Pérez, Lobato Fleitas, de la Universidad de Matanzas *Camilo Cienfuegos*, 2003

Primero se hace un análisis estadístico de las variables relevantes en el cuestionario, y los resultados arrojados se presentan en las siguientes tablas.

Tabla I, Estadística de Actividad Empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Servicios	14	46.7	46.7	46.7
	Industrial	8	26.7	26.7	73.3
	Comercial	5	16.7	16.7	90.0
	Otros	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia

De las empresas participantes en la encuesta, el 46.7% su principal actividad es de servicios, lo que corrobora la posición a la ciudad como el principal puerto de entra y salida de mercancías hacia los socios del norte (Canadá y Estados Unidos de América).

Tabla II, Control Mayoritario de Capital

	Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Extranjero	10	33.3	33.3	33.3
Nacional	20	66.7	66.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia

De las empresas participantes en la encuesta, el 33.3% del capital es de origen extranjero, las empresas que contribuyen a este porcentaje, son maquiladoras extranjeras.

Tabla III, Nivel Escolar del Gerente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Preparatoria	1	3.3	3.4	3.4
Carrera Incompleta	4	13.3	13.8	17.2
Licenciatura	15	50.0	51.7	69.0
Postgrado	9	30.0	31.0	100.0
Total	29	96.7	100.0	
-9	1	3.3		
Total	30	100.0		

Fuente: elaboración propia

Sobresale el hecho de que, más del 50% cuentan con grado académico y 31% de estos con postgrado, esto indica la fácil adopción de SCG como el ABC.

7.1 ANÁLISIS DE PRUEBA t DE DOS COLAS

Definidas las mediciones de variables a la muestra final se hizo el análisis *Prueba Apareada de Muestras* o prueba t de dos colas, para comprobar la preferencia en la comparación de variables que, explique mejor la implementación del sistema ABC.

Las variables que resultaron ser significativas y que justifican la adopción de un sistema de costo son: *valora inventarios y cuentas anuales, calculo de costos y resultado por productos, fomenta nuevas ideas y forma de hacer las cosas, evalúa y controla a subordinados.*

Nombre de Variables apareadas		Diferencias Apareadas					t	df	Significancia (2-Colas)
		Medio	Desviación Estándar	Error Medio Estándar	Intervalo de Confianza del 95% de la Diferencia				
					Inferior	Superior			
Par 1	Valoración Inventarios Cuentas Anuales: Real – Valoración Inventarios Cuentas Anuales: Deseado	-.759	1.883	.350	-1.475	-.042	-2.169	28	.039
Par 2	Cálculo Costo Resultados x Productos: Real – Cálculo Costo Resultados x Productos: Deseado	-.828	1.560	.290	-1.421	-.234	-2.857	28	.008
Par 3	Seguir Cumplimiento Metas y Objetivos: Real – Seguir Cumplimiento Metas y Objetivos: Deseado	-.759	1.185	.220	-1.209	-.308	-3.448	28	.002
Par 4	Motivar Asunción Nuevas Metas: Real – Motivar Asunción Nuevas Metas: Deseado	-.793	1.292	.240	-1.285	-.302	-3.305	28	.003
Par 5	Para Señalar Áreas Estratégicas Clave: Real – Para Señalar Áreas Estratégicas Clave: Deseado	-1.000	1.587	.300	-1.615	-.385	-3.334	27	.002
Par 6	Para Fomentar Nuevas Ideas de Hacer las cosas: Real – Para Fomentar Nuevas Ideas de Hacer las cosas: Deseado	-.724	1.360	.253	-1.241	-.207	-2.867	28	.008
Par 7	Para Evaluar y Controlar a Subordinados: Real – Para Evaluar y Controlar a Subordinados: Deseado	-.897	1.611	.299	-1.509	-.284	-2.997	28	.006
Par 8	Para Regular Sistema Incentivos: Real – Para Regular Sistema Incentivos: Deseado	-1.071	1.676	.317	-1.721	-.421	-3.382	27	.002
Par 9	Como Herramienta Aprendizaje: Real – Como Herramienta Aprendizaje: Deseado	-1.000	1.240	.239	-1.491	-.509	-4.189	26	.000
Par 10	Para Medidas de Rendimiento, Metas Estratégicas: Real – Para Medidas de Rendimiento, Metas Estratégicas: Deseado	-1.071	1.359	.257	-1.598	-.545	-4.172	27	.000

La tabla IV, de Muestras Apareadas: se aprecia el deseo por parte de los encuestados a utilizar más sus: *Sistemas de Cuentas Anuales, Resultados por Producto, Cumplimiento de Metas por Objetivos, Asunción de Nuevas Metas, Señalar Áreas Estratégicas, Fomentar Nuevas Ideas, Evaluar y Controlar a Subordinados, Sistemas de Incentivos, Herramienta de Aprendizaje y Medidas de Rendimiento de Metas Estratégicas*. Existe un deseo por utilizar más sus actuales SCG. Lo que permite suponer, que se identifican *mejor* con el uso de sus actuales SCG, que con nuevos sistemas de cambio, como el ABC.

8. LIMITACIONES DE ESTA INVESTIGACIÓN

La primera limitación: Durante la consulta se pudo detectar, que gran parte de los encuestados desconocen el sistema de costeo ABC, la siguiente afirmación se fundamenta en:

- a) Más del 60 % de las encuestas fueron desechadas por carecer de respuestas.
- b) También preguntas formuladas al momento del llenado, relativas al sistema ABC.
- c) La preferencia en continuar utilizando su actual sistema de costeo.

Por los resultados arrojados el desconocimiento de este sistema ABC es alto, lo que se intuye una baja formación académica en el sistema, tal vez por que no este incluido en el plan curricular. (Esta información se cotejo con programas de estudio, de las escuelas de la localidad). Por tal motivo se estará considerando que, al término de éste estudio se muestren los resultados obtenidos a las Instituciones respectivas.

La segunda limitación: Del estudio es el reducido número de encuesta (79 encuestados), fueron útiles 30, que representa casi el 38 % del universo, esto por que las empresas limitan el acceso a la información. Este universo, permite hacer análisis estadísticos. La muestra es pequeña. La fuente, empleados y estudiantes en el postgrado.

La tercera limitación: Se realizó el estudio sólo en la ciudad de Nuevo Laredo, donde están asentadas empresas importantes.

La cuarta limitación: Giro comercial, se centra primordialmente en empresas, transportistas y de servicios, sector público (oficinas de gobierno) y maquiladoras, como principales actividades en la ciudad.

9. CONTRIBUCIÓN DE ÉSTA INVESTIGACIÓN

La presente investigación permite mostrar como los SCG, como el ABC, pueden contribuir positivamente en el costeo de las actividades productivas. La influencia metodológica, creando beneficio en trabajadores y organizaciones, incrementando el *valor agregado* a estas actividades, la apertura a nuevos SCG de cambio por parte de los gerentes y empleados de empresas, permite aceptar el reto a la competencia de empresas que manufacturan sus productos en el extranjero, y que son ofrecidos en esta ciudad fronteriza.

La difusión de este sistema de costeo ABC entre los encuestados, provoco el interés a este SCG, por sus diversas preguntas, y se considera que se *sembró* la duda en los encuestados y por tal, se vieron motivados a investigar sobre este SCG.

10. CONCLUSIONES

El SCGI tal como ABC, no ha permeado en la empresa IMMEX como se consideraba, y esto se comprobó en la consulta, ya que estas organizaciones productivas mantienen un SCGI similar a su matriz o *twin*, permitiendo así, una ágil transferencia de instrucciones y reportes, como varios de los encuestados así lo manifestaron.

El sistema de costeo ABC puede ser instalado en las empresas visitadas, debido al nivel cultural de los administradores, gerentes y encargados de las empresas (ver. la tabla II).

Un factor que puede obstaculizar su instalación es, la falta de difusión de este sistema de costeo en las Universidades de la localidad.

- La consulta realizada provoco preguntas como: *¿El sistema ABC puede ser utilizado en sistemas administrativos? ¿El sistema se puede implantar en el servicio que se ofrece a un contribuyente?* En ambas preguntas la respuesta es afirmativa, lo que demuestra la flexibilidad y

utilidad de este sistema de cambio, para costear cualquier actividad que se realice, o para un proceso productivo.

Una de las posibles desventajas del sistema es su coste, en la implantación de los procesos productivos, debido a que se tiene que analizar cada una de las actividades que intervienen en la cadena productiva, así como los insumos, personal y maquinaria utilizados. Este coste se genera sólo al inicio de una nueva línea de producción o acción productiva, después se minimiza el coste, sólo se supervisa ya que el proceso es cíclico, se da seguimiento para cumplir con la eficiencia productiva.

La Tabla IV, *Sobre las Características de la Información Proporcionada por su sistema de Administración y Control de Gestión*, muestra la tendencia de las empresas encuestadas, a mantener sus actuales SCGI.

11. Referencias

- Azofra P. V., Prieto M. B, Santidrian A. A., (2004), *Verificación empírica y Método del caso: Revisión de Algunas Experiencias en Contabilidad de Gestión a la Luz de su Metodología*, Universidad de Valladolid, Universidad de Burgos, España.
- Comité para el Desarrollo Industrial de Nuevo Laredo, A. C. (2006) CODEIN.
- Brimson J, (1991), *Activity Accounting and Activity Based Costing Approach* New York.
- Castelló, E. (1994), *El Sistema de Gestión y Costes Basados en las Actividades*, Instituto de Estudios de Económicos de Madrid.
- Coopoer, Robin & Robert S. Kaplan, (1988), *Measure Cost Right, Make The Right Decisions*, Harvard Business,
- Drucker, P. F. (1954), *The Practice of Management*, New York, Harper & Row.
- Gómez E. Giovanni, (2000), *ABC El Sistema de Costos Basado en las Actividades*.
- Hernández S. R., Fernández C. C., Baptista L. P. (2003), *Metodología de la Investigación*, Mc Graw Hill, tercera edición.
- Hofer, C. W., Schendel,(1978), *Strategy Formulation, Analytical Concepts*, St. Paul, Minn. West Publishing.
- Kaplan Robert S. *From ABC to AMB Management Accounting*, 1992.
- Kaplan R. S., David C. (1992), *Activity-based Systems: Measuring the Costs of Resource Usage*, accounting Horizons.
- Kaplan R. S., Norton D. P. (2005), *Cómo Utilizar el Cuadro de Mando Integral*, Gestión 2000.
- Kaplan R. S., Norton D. P. (2005), *Mapas Estratégicos*, Gestión 2000.
- Kaplan R. S., Norton D. P. (2005), *La Organización Focalizada en la Estrategia*, Gestión 2000.
- Kiani Raj, Sangeladji M, (2008), *Newspaper of the American Academy of Business*, Cambridge. Hollywood:
<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=372796211&Fmt=4&clientId=99&RQT=309&VName=PQD>
- Land Edwin *Reporte anual para*, Polaroid, 1977.
- Mahecha C. J. (2000), *Control Integral de Gestión*, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.
- Mintzberg H., Quinn J. (1993), *El Proceso Estratégico Conceptos, Contextos y Casos*, Prentice Hall, 1993 (Título original: *The Strategy Procesó Conceptos, Contexts, Cases*, Prentice Hall).
- Municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas, México.
<http://www.nuevolaredo.gob.mx/economia/estadisticapoblacion.htm>
- Paquete Estadístico SPSS ver. 18.0
- Pérez B., Pérez B., Lobato F., (2003), *Propuesta para el Sistema de Costo Basado en Actividades (SERVI-ABC)*, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos" 2003
- Ruiz, S, y Escobedo J.J. (1996), *La Contabilidad de Gestión en México*. En Lizcano J. *La Contabilidad de Gestión en Latinoamérica*.
- Tamarit A. C., Ripoll F. V. (2002), *Una Revisión de la Literatura Internacional Sobre el Sistema ABC/ABM: Aspectos Teóricos y Empresariales*.



EL IMPULSO DEL DINAMISMO EXPORTADOR EN LAS PYMES INDUSTRIALES. UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

Autor 1. Mónica Blanco Jiménez

Institución de adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León

Dirección: Ave. Universidad s/n, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L. C.P. 66451

Mail to: moniblanco77@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Autor 2. Ronald Santos Cori

Institución de adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León

Dirección: Ave. Universidad s/n, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L. C.P. 66451

Mail to: r_santos_cori@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 09/Abril/2015

Fecha de aceptación: 06/Mayo/2015

Resumen

Dada la importancia y relevancia que las PyMEs del sector industrial han tenido en la economía internacional y nacional, desde la perspectiva de la internacionalización, competitividad y éxito en otros mercados, resultó necesario analizar el dinamismo exportador para este tipo de empresas. Derivado de la problemática de impulsar las exportaciones de estas empresas se ha definido como objetivo de investigación el determinar desde una perspectiva teórica la importancia y el peso de los factores críticos propuestos que inciden en el dinamismo exportador de las PyMEs industriales aumentando su internacionalización. Después de un riguroso análisis teórico y empírico de los diferentes modelos, enfoques y teorías como marco de referencia de las diferentes percepciones económicas y paradigmas de la internacionalización de las empresas, se

definieron los cinco factores críticos que pueden incidir en el dinamismo exportador de las PyMEs industriales.

Palabras clave: Dinamismo exportador, exportaciones, internacionalización, PyMEs.

Introducción

El panorama internacional y la globalización mundial de las economías reflejan la importancia de llevar a cabo estudios en el área de los negocios internacionales, específicamente, el derivado del proceso de internacionalización de las empresas mexicanas, máxime cuando la gestión de la actividad exportadora en las Pequeña y Mediana Empresa (PyMEs). Se considera que es un campo que aún no se ha explotado del todo, es decir, es importante complementar aquellos vacíos que todavía pudieran existir acerca de las diferentes prácticas y principios desarrollados por las empresas exportadoras. Sobre todo como éstos principios o factores influyen en sus resultados, tanto en el dinamismo y desempeño exportador, así como en los aspectos financieros y de posición competitiva de estas empresas.

Existen diversas perspectivas que estudian los factores determinantes del desempeño exportador de las pequeñas y medianas empresas en los mercados internacionales, como la perspectiva económica, la de procesos, la de redes y más recientemente desde el enfoque de *born globals*. Tal y como se muestra en la Tabla 1. Cada una de estas escuelas tienen sus respectivos enfoques, teorías, modelos y autores, tales como: la Teoría de la Internalización, el Paradigma Ecléctico de Dunning, el Modelo de Uppsala, el Modelo de Vernon. De igual manera, hay modelos que evalúan y miden la competitividad empresarial con base a diversos factores como los recursos humanos y materiales, los costos fijos y variables y los impactos en la innovación (OCDE, 1992; Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer, 1994), o el muy conocido Diamante Competitivo de Porter (1990).

Tabla 1. Principales escuelas y teorías sobre la internacionalización de las empresas

Escuela o bloque	Teorías	Autores
Internacionalización desde una perspectiva económica.	Teoría de la organización industrial, teoría de la internalización, teoría ecléctica de Dunning y la teoría de la ventaja competitiva de las naciones (enfoque macroeconómico).	Buckley y Casson (1976). Dunning (1980, 1985, 1993, 1998). Porter (1990).
Internacionalización desde una perspectiva de proceso.	Modelo de Uppsala, modelo del ciclo de vida del producto de Vernon, modelo de Jordi Canals, modelo Way Station.	Johanson y Vahlne (1977, 1990). Vernon (1966). Cavusgil y Knight, 1980, 1996. Reid, 1981. Bilkey y Tesar, 1977.
Internacionalización desde una perspectiva de redes.	Teoría de redes, modelo de Johanson y Mattson.	Welch y Luostarinen, 1988. Aaby y Slater, 1989. Katsikeas, et al., 1995. Johanson y Mattson, 1986.
Enfoque <i>Born Global</i> .	Fenómeno <i>Born Global</i> .	Jolly, Alahuhta y Jeannet, 1992; Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997; McAuley, 1999; Fillis, 2000; McDougall, Shane y Oviatt, 1994; Oviatt y McDougall, 1994, 1995, 1997; Plá Barber y Cobos Caballero, 2002).

Fuente: Fillis, I. (2001).

En las últimas cuatro décadas, las investigaciones que abordan las diferentes estrategias de internacionalización usadas por las empresas, en general se han basado o seguido el

comportamiento de las grandes empresas transnacionales o grandes grupos corporativos. Sin embargo, como lo señala Jean-Paul (2004), a pesar del reciente progreso de las PyMEs en el ámbito internacional, su proceso del cómo se han internacionalizado se ha estudiado poco, por lo que a menudo se ha tratado de explicar su evolución con modelos o esquemas formulados para las empresas de gran tamaño.

Por lo que este proyecto tratará de mostrar un avance del estudio del dinamismo exportador de las PyMEs desde una perspectiva teórica, sustentado en los estudios desarrollados por Milesi y Aggio (2008), sobre el Índice de Éxito Exportador en las PyMEs Latinoamericanas, en el Modelo Uppsala desarrollado por Johanson y Wiedersheim (1975) y Johanson y Vahlne (1977), y adaptado por Galván (2003) y por último, en los estudios de Alonso (1994), y Alonso y Donoso (1998), donde se explica el dinamismo exportador a través de la tasa de variación en las exportaciones de las empresas en un tiempo determinado.

De manera concreta, esta investigación está enfocada al análisis y estudio de los factores críticos que inciden en el dinamismo exportador de las PyMEs del sector industrial en diferentes regiones del mundo, el cual servirá como base teórica para determinar los factores críticos particulares que serán medidos para las PyMEs industriales sonorenses.

Planteamiento del problema

Se considera que es importante y pertinente el analizar a las PyMEs industriales mexicanas, debido a la internacionalización que tiene el Estado de Sonora que es frontera con los Estados Unidos, lo que permite tener una dinámica comercial bilateral muy importante, gracias a que el gobierno mexicano ha firmado diferentes tratados y acuerdos comerciales con otros países del mundo, en aras de que las empresas logren mejores resultados derivados de su actividad exportadora.

De manera general, el panorama anterior refleja la importancia de acrecentar los estudios en materia de negocios internacionales, específicamente, el proceso de internacionalización de las empresas mexicanas, máxime cuando la gestión de la actividad exportadora, especialmente en las PyMEs, es un campo que aún no se ha explotado del todo. Es importante complementar aquellos vacíos que todavía pudieran existir acerca de las diferentes prácticas y principios desarrollados por las empresas exportadoras y como éstos influyen en sus resultados, tanto financieros como en la posición competitiva.

De esta manera, el objetivo de este proyecto de investigación es determinar desde una perspectiva teórica la importancia y el peso de los factores críticos propuestos que inciden en el dinamismo exportador de las PyMEs industriales aumentando su internacionalización. Por lo que se ha formulado la siguiente pregunta de investigación, ¿cuáles son los factores críticos que podrían tener una influencia en el dinamismo exportador de las PyMEs industriales desde una perspectiva teórica?

Las PyMEs en el contexto internacional

En un escenario cada vez más globalizado cuya característica es la innovación y la adecuación a modelos de gestión y estrategias, conlleva a la necesidad de las empresas nacionales a globalizarse y por ende, buscar la internacionalización, lo cual pone de manifiesto los problemas que deben asumir y solucionar estas empresas en los países, especialmente emergentes o en vías de desarrollo, para alcanzar e internacionalizar métodos, sistemas y formas de gestión con una proyección determinada, asumiendo diversos factores críticos de éxito, como se manifiesta en estos tiempos en los mercados competitivos.

Entre dichos factores, se destacan la adopción de diversas estrategias competitivas, como el precio de exportación del producto, la innovación tecnológica, la capacidad financiera, la capacidad instalada de producción para atender la oferta exportable y la calidad total del producto, entendiéndose ésta última como el aseguramiento de la calidad de los procesos productivos y de los requerimientos y necesidades del cliente o usuario, y propender a su certificación (certificación de calidad). Frente a este modelo global y de mercados internacionales, el desarrollo y el éxito de las empresas intervinientes dependerá de las condiciones de respuesta frente a las exigencias y tendencias del mercado.

El sector empresarial más afectado en este esquema globalizado, pareciera ser que es aquél denominado como las PyMEs, ya que la apertura de las fronteras, a raíz de los Tratados de Libre Comercio y la liberalización del comercio mundial, acorde a las normas de la Organización Mundial del Comercio (OMC), está forzando a estas empresas a su adecuación a las nuevas reglas de la competitividad, productividad, calidad e innovación tecnológica, en este sentido, los cambios de escenarios y los paradigmas económicos que regulan el mercado internacional, constituyen factores importantes en la supervivencia y crecimiento de las PyMEs.

Con base a lo anterior, se plantea que el éxito exportador de las PyMEs es muy importante para el desempeño económico de un país, puesto que es la fuente primaria de divisas, permite obtener economías de escala y un grado de especialización única, lograr acceso a nuevas tecnologías y atraer inversión extranjera directa (Lall, 2000). Por lo tanto, los países buscan adoptar programas y medidas que permitan desarrollar y promover las exportaciones de sus empresas.

Método

El tipo de investigación es exploratoria y descriptiva, ya que se realiza un análisis exhaustivo exploratorio de la literatura que permita describir teóricamente los factores del dinamismo exportador. Es una investigación de ciencia básica, ya que ésta aportará nuevos conocimientos y no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como suceden en su contexto natural y solo se hace un análisis profundo sobre los estudios teóricos y empíricos. Se utiliza un método deductivo, comparativo y analítico con una aproximación teórica de la internacionalización.

Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es determinar los factores críticos que inciden en el dinamismo exportador de las empresas, a partir de una revisión sistematizada de la literatura basada en evidencia de estudios teóricos y empíricos que permita contextualizar el marco teórico de la investigación de campo que se pretende llevar a cabo más adelante como la segunda fase de este proyecto.

La hipótesis planteada es que los factores críticos como determinantes para aumentar la internacionalización de las PyMEs industriales, a través de su dinamismo exportador son: el precio exportable del producto, la calidad del producto, la capacidad instalada, la capacidad de innovación y la capacidad financiera.

Marco teórico

Es importante comprender la internacionalización antes de abordar el tema del dinamismo exportador y los diversos fenómenos que lo explican. La internacionalización puede ser explicada a través del crecimiento del comercio internacional y la inversión directa de las empresas en el exterior, mediante relaciones comerciales de exportación e importación,

financieras o de producción, por medio de la elaboración de productos en otros países o parte de ellos de forma interna, así como del resultado de la cooperación empresarial.

La expansión en otros países, provee a la empresa que lo desarrolla un aumento significativo en las ventas de sus productos existentes y con ello mejores rendimientos sobre sus activos fijos, asimismo, las empresas pueden acceder a mejores fuentes de materias primas, productos, mano de obra más calificada y a menores costos, y obtener incluso, mejores capacidades tecnológicas en otros países que les permitan aumentar su experiencia y conocimiento en los mercados de exportación (Villarreal, 2005). Motivo por el cual, el proceso de internacionalización es sumado a la actividad administrativa de la empresa como una estrategia de incursión en los mercados extranjeros, convirtiéndose en materia de estudio necesaria para el área de los negocios internacionales.

En este aspecto, el dinamismo exportador de las PyMEs ha sido explicado en numerosos estudios empíricos mediante la tasa de crecimiento de las ventas internacionales, ya que ésta representa una medida objetiva y precisa, además de estar sustentada a través del índice de éxito exportador. Asimismo, la base teórica del Modelo Uppsala y los estudios realizados por Alonso (1994), y Alonso y Donoso (1998), argumentan la medición y explicación de dicha variable y que serán presentados a continuación.

Análisis teórico de la internacionalización

La internacionalización de la empresa empezó a ser estudiada en la década de los cincuenta, cuando empresas estadounidenses comenzaron a realizar inversiones significativas en el extranjero, principalmente en Europa. Los primeros estudios trataban de explicar e identificar los factores del país, mercado o sector que determinaban las causas por las que la empresa

realizaba una Inversión Directa Extranjera (IDE) con la teoría ecléctica de Dunning (1980). De este modo, a final de los años 70, la expansión de las transacciones económicas a través de las fronteras nacionales refleja un incremento en el mercado mundial, mostrando que los procesos de internacionalización ganan más importancia en la economía internacional, de tal forma que ningún país puede escapar de los efectos de este incontenible cambio (Milner y Keohane, 1996).

En la última década, el proceso de internacionalización es más evidente y generalizado. La crisis financiera, la creciente interdependencia entre países, la formación de bloques regionales, el surgimiento de nuevas economías, así como los permanentes avances tecnológicos en todos los sectores configuran un entorno competitivo global y cambiante. Como consecuencia de este continuo cambio, se constata un incremento significativo del número de empresas que operan internacionalmente, considerándolo como pilar básico para su supervivencia (Leonidou et al., 2002).

En estos últimos años, las estrategias de importación y exportación han ganado atención notable por muchas razones. En primer lugar, previos estudios han demostrado que, especialmente entre las pequeñas y medianas empresas, el orden de las operaciones de comercialización más comunes de internacionalización es primero hacia adentro del mercado local y solamente después de eso, hacia mercados externos o extranjeros (Jones, 1999; Korhonen, 1999; Samiee et al., 1993; Welch y Luostarinen, 1988, 1993).

En segundo lugar, otros estudios han encontrado que importar ha servido como una plataforma hacia la exportación, por ejemplo, los impulsos de la importación pueden crear oportunidades para los negocios internacionales (Karlsen et al., 2003; Korhonen, 1999; Welch y Luostarinen, 1993).

En tercer lugar, hay una serie considerable de investigaciones que abordan la estrategia de la internacionalización con perspectiva de red que enfatiza el significado de los contactos personales y socios comerciales en el extranjero (Forsgren, 2002; Holmlund y Kock, 1998; Johanson y Mattsson, 1988; Johanson y Vahlne, 1977). Todos estos estudios dan un sustento teórico al análisis de la internacionalización que se analiza en este artículo.

Por lo tanto, es importante comprender la internacionalización antes de abordar el tema del dinamismo exportador y los diversos fenómenos que lo explican (variables independientes o explicativas). En este sentido, una definición puntual es la proporcionada por Villarreal (2005).

Una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y basado en un conocimiento aumentativo. (Villarreal, 2005:122)

Después de realizar un análisis teórico se han asociado las diferentes teorías y modelos que explican el proceso de internacionalización en cuatro grandes grupos o perspectivas: 1) la internacionalización desde una perspectiva económica, 2) la internacionalización desde una perspectiva de procesos, 3) la internacionalización desde una perspectiva de redes, y 4) el enfoque Born Global.

En cada una de estas perspectivas se realizó una búsqueda de teorías y modelos que explican el fenómeno de la internacionalización. Encontrando que desde una perspectiva económica, se tienen las siguientes fundamentaciones teóricas: (a) la teoría de la organización industrial, (b) teoría de la internacionalización, (c) teoría ecléctica de Dunning y, (d) la teoría de la ventaja competitiva de las naciones o enfoque macroeconómico.

En cuanto al grupo de las teorías que explican el fenómeno de la internacionalización desde una perspectiva de proceso, se tienen: (a) el modelo de Uppsala, (b) el modelo del ciclo de vida del producto de Vernon, (c) el modelo de Jordi Canals y, (d) el enfoque de innovación o modelo Cavusgil. Las teorías que explican la internacionalización desde una perspectiva de redes, se tienen: (a) la teoría de redes y, (b) el modelo de Johanson y Mattson. Por último, el enfoque o fenómeno conocido como Born Global, el cual explica el proceso de internacionalización de las empresas de reciente creación a partir de diferentes factores como una perspectiva emergente del siglo XXI.

De forma más analítica, en la Tabla 2a y Tabla 2b, se muestran las principales aportaciones que cada escuela o teoría ha realizado al estudio de la internacionalización de las empresas.

Tabla 2a. Principales escuelas y aportaciones al estudio de la internacionalización

Grupo	Escuela o teoría	Principales aportaciones al estudio de la internacionalización
Internacionalización desde una perspectiva económica	Organización industrial	La explotación de la ventaja competitiva exclusiva de una empresa al penetrar en un mercado internacional explican el por qué ocurre la inversión extranjera directa.
	Internalización	La realización interna de las actividades de una empresa, deberá resultar más eficiente que cederlas a otra que preste servicios en el extranjero.
	Paradigma ecléctico de Dunning	La extensión, la forma y el patrón de producción internacional de una empresa, están fundamentados en la relación de las ventajas específicas de la empresa, la preferencia a internacionalizar mercados exteriores y el atractivo para producir en dichos mercados.
	Enfoque macroeconómico	La dotación de factores como las condiciones de demanda, industrias conexas y de apoyo, estrategias, estructura y rivalidad de las firmas, tratan de explicar cómo las empresas logran desarrollar

		ventajas competitivas en mercados competitivos.
Internacionalización desde una perspectiva de procesos	Modelo Uppsala	La empresa incrementará de forma gradual sus recursos comprometidos en un país determinado a medida que vaya adquiriendo experiencia de las actividades que se realizan en dicho mercado.
	Ciclo de vida del producto	La internacionalización está basada en el ciclo de vida del producto expuesto por Vernon (1966), en el cual se plantea que dicho proceso evoluciona cuando el producto pasa en su ciclo de vida de una etapa a otra.
	Modelo de Jordi Canals	Las empresas siguen un proceso secuencial y gradual de tres etapas al momento de su internacionalización y su nivel de compromiso con la nueva unidad de negocio.
	Modelo de Cavusgil	La decisión de llegar a mercados externos se da con los progresos de innovación aplicados en los productos y procesos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información consultada.

Tabla 2b. Principales escuelas y aportaciones al estudio de la internacionalización

Grupo	Escuela o teoría	Principales aportaciones al estudio de la internacionalización
Internacionalización desde una perspectiva de redes	Teoría de redes	Las empresas se internacionalizan por redes mediante el establecimiento y cultivo de relaciones con socios, a través de la extensión internacional, la penetración y la integración internacional.
	Modelo de Johanson y Mattson	Cuando las empresas se internacionalizan, crean y desarrollan redes, a través de relaciones de negocio con sus homólogos en los países extranjeros.
La internacionalización	Enfoque de Born Global	Relaciona la aparición de las empresas Born Global con tres factores importantes:

desde el enfoque Born Global	a) las nuevas condiciones del mercado; b) los desarrollos tecnológicos en áreas de producción, transporte y comunicación y; c) las capacidades más desarrolladas de las personas.
---------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia a partir de la información consultada.

Factores críticos que inciden en el dinamismo exportador

Existe un amplio número de estudios y trabajos empíricos que demuestran la influencia que ejercen las diferentes variables/factores en el dinamismo exportador de las empresas. Para efectos del presente estudio preliminar, se presentan los factores críticos que se consideran tienen un efecto en la variable explicada (y). Algunos de ellos se muestran en la Tabla 3, donde se especifica el tipo de estudio realizado, los resultados y relaciones en términos de las variables que fueron estudiadas.

Tabla 3. Estudios realizados en función de las variables del dinamismo exportador

Variables estudiadas	Autor(es)	Tipo de análisis	Relaciones y resultados
Actividades de IyD Capacidad de marketing Producto único	Leonidou, et al., (2007)	Meta-análisis	Intensidad y propensión exportadora: Positiva No significativa Positiva
Inversión en IyD Competitividad en precio Calidad del producto Tecnología de producción	Eusebio y Llonch, (2006)	Regresión múltiple	Intensidad y dinamismo exportador: Positiva Positiva No significativa Positiva
Calidad del producto	Brooks (2006)	Regresión múltiple	Intensidad y dinamismo exportador: Positiva
Innovación Uso de nuevas tecnologías	Ibeth (2003)	Análisis de la varianza, ANOVA	Propensión exportadora: Positiva Positiva
	Guan y Ma	Regresión	Intensidad exportadora:

Actividad en IyD Capacidad de fabricación Capacidad de marketing	(2003)	múltiple	Positiva No significativa Positiva
Innovación de producto Inversión en IyD Capital	Rodríguez (1999)	Regresión	Propensión y dinamismo exportador: Negativa Positiva Positiva
IyD en producto Nuevos productos Gestión eficiente Calidad del producto Diseño del producto	Keng y Jiuan (1989)	Análisis discriminante múltiple	Propensión y dinamismo exportador: Positiva Positiva No significativa No significativa No significativa

Fuente: Elaboración propia, a partir de los estudios realizados por los autores.

Resultados

De forma más específica y detallada y con base al estudio del marco teórico, se proponen los siguientes factores críticos como determinantes para aumentar la internacionalización de las PyMEs industriales a través de su dinamismo exportador: el precio exportable del producto, la calidad del producto, la capacidad instalada, la capacidad de innovación y la capacidad financiera.

En cuanto al factor sobre el precio exportable del producto. Este no sólo afecta a la elección de dónde y cómo se exportará, sino elementos como la fortaleza de la moneda del mercado destino, los INCOTERMS, la elasticidad de la demanda, la estructura de los costos, los precios internacionales y de la competencia, entre otros. Todos estos elementos influyen en las decisiones estratégicas del cómo determinar el precio de exportación (Cavusgil, 1990).

El factor de la calidad del producto consiste en lograr la conformidad o adecuación del conjunto de las características y atributos de un producto o servicio con las necesidades y expectativas del comprador (Miñarro y García, 2003).

Con respecto al factor de la capacidad instalada de producción es indispensable para poder satisfacer la oferta exportable en términos de producir y satisfacer la demanda internacional. La capacidad instalada de producción facilita el aumentar la productividad, reducir la estructura de costos sin reducir los estándares de calidad o la orientación del mercado del producto (Melle y Raymond, 2001). En resumen, las exportaciones aumentan a medida que el sistema productivo se vuelve más automatizado y con un mayor contenido tecnológico, debido a que posibilita a la empresa a reaccionar más eficazmente a la oferta exportable y a los gustos de los consumidores (Tracey et al., 1999).

El factor referente a la capacidad de innovación considera que la innovación de la empresa es fundamental para mantener ventajas competitivas, en el marco del proceso de competencia y en el intento de diferenciación impulsados por un contexto cada vez más globalizado. De forma sencilla, para Valls et al. (2003), la innovación supone para la empresa la introducción de un cambio técnico en los productos o en los procesos. Asimismo, la capacidad de innovar modifica el comportamiento exportador de la empresa, constituyendo el elemento básico mediante el cual, pueden incrementar la competitividad internacional y por ende, su desempeño y dinamismo exportador (Roper y Love, 2002; Wakelin, 1998; Hitt et al., 1990).

Por último, el factor de la capacidad financiera de la empresa es medida a través de la disponibilidad de recursos financieros necesarios para ejecutar el plan de exportación. Diversos autores a nivel mundial y estudios empíricos y teóricos como el realizado por Martínez Villavicencio (2006), ha demostrado que para la incursión exitosa de las operaciones hacia

mercados internacionales, las PyMEs requieren de una inversión importante de recursos financieros, de tal manera que éstos incluyan desde la exploración de mercados, a partir de posibles visitas y tratamiento de contactos, hasta la determinación de la estrategia de exportación y la competencia con los proveedores del mismo producto en el país de destino de las exportaciones.

De esta manera se puede deducir que el proceso de internacionalización de las empresas exportadoras de las PyMES ha sido sometido a una investigación teórica y empírica (Cavusgil y Godiwalla, 1982; Dichtl et al., 1984) y parece que se benefician de una aceptación general en la literatura (cf. Bradley, 1991; Reid y Rosson, 1987; Welch y Luostarinen, 1988).

Conclusiones

Es indispensable que las empresas adopten políticas activas vinculadas a una mayor inversión en infraestructura, innovación y en ciencia y tecnología, además de políticas de financiamiento inclusivo que apunten a las pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, de manera general, las compañías exportadoras de los países en desarrollo tienen mayores dificultades para competir exitosamente en el ámbito internacional, sobre todo, las PyMEs, ya que muchas de estas empresas carecen de recursos, de un entorno estimulante de negocios, de competencias y ventajas competitivas necesarias para lograr el éxito en los mercados internacionales (Lall, 2000).

En consecuencia, es crítico que las PyMEs exportadoras y las instancias gubernamentales identifiquen los factores que inciden en las exportaciones y les permiten incrementar la competitividad sostenida de las mismas, y a su vez, estos factores puedan mejorar las estrategias de negocios y se enfoquen políticas públicas para su desarrollo, por lo que la aportación teórica de este artículo es la propuesta de los siguientes factores como determinantes del dinamismo

exportador de las PyMEs industriales: (1) El precio exportable del producto, (2) la calidad del producto, (3) la capacidad instalada de producción, (4) la capacidad de innovación de la empresa y, (5) la capacidad financiera de la empresa, que en su conjunto serán las variables explicativas del modelo de regresión y de la propia variable que medirá el dinamismo exportador desde la perspectiva del desempeño de las empresas.

Con base a lo anterior, se pueda dar una respuesta afirmativa a la pregunta de investigación formulada en el presente estudio, ya que si existen suficientes estudios empíricos y teóricos para argumentar la propuesta de los factores que inciden en el dinamismo exportador, de acuerdo a la revisión literaria y construcción del marco teórico realizado.

Cabe señalar, que en la segunda etapa del estudio se podrá determinar el orden de importancia y peso de incidencia de los factores críticos en el dinamismo exportador de las PyMEs, se podrá conocer por un lado, las fortalezas y por otro, los requerimientos de las empresas en el ámbito internacional y con ello, establecer estrategias de internacionalización para lograr obtener un posicionamiento competitivo a través de las exportaciones en los mercados extranjeros.

Bibliografía

- Alonso, J.A. (1994). El Proceso de Internacionalización de la Empresa. *Información Comercial Española*, 725, 127-143.
- Alonso, J.A. y Donoso, V. (1998). Competir en el Exterior. La Empresa Española y los Mercados Internacionales, Instituto Español de Comercio Exterior, Madrid, 1997.
- Bradley, M.F. (1991). *International marketing strategy*. New York: Prentice-Hall, Inc.
- Cavusgil, S.T. (1990). On the Internationalization Process of Firms, en Thorelli, H.B. y Cavusgil, S.T. (Eds.). *International Marketing Strategy (3a edition)*. Ed. Pergamon Press, Oxford, Inglaterra.
- Cavusgil, S.T. y Godiwalla, Y.M. (1982). Decisions making for international marketing: A comparative review. *Management Decision*, 20(4), 47-54. doi:10.1108/eb001299.
- Dichtl, E., M. Leibold, Hans-Georg Koglinayr y Stefan Mueller. (1984). The export-decision of small and medium-sized firms: A review. *Management International Review*, 24(2), 49-60.
- Dunning, J.H. (1980). Toward an Eclectic Theory of International Production. Some Empirical Test. *Journal of International Business Studies*, 11(1), 9-31. doi:10.1057/palgrave.jibs.8490593.
- Esser, K., Hillenbrand and W, Messner D. y Meyer-Stamer J. (1994). *Competitividad sistémica. Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas*. Instituto Alemán de Desarrollo, Berlín, 85 p.
- Forsgren, M. (2002). The Concept of Learning in the Uppsala Internationalization Process Model: A Critical Review. *International Business Review*, 11(3), 257-77. doi:10.1016/s0969-5931(01)00060-9.

- Galván, I. (2003). Capítulo II. Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas. En I. Galván, *La Formación de la estrategia de selección de mercados exteriores en el proceso de internacionalización de las empresas* (págs. 93-140). Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Fillis, I. (2001). Small firm internationalization: an investigative survey and future research directions. *Management Decision*, 39(9), 767-783. doi:10.1108/00251740110408683
- Hitt, M.A.; Hoskisson, R.E.; Ireland, R.D. (1990). Mergers and Acquisitions and Managerial Commitment to Innovation in M-form Firms. *Strategic Management Journal*, 11, 29-47.
- Holmlund, M. y Kock, S. (1998). Relationships and the Internationalization of Finnish Small and Medium-Sized Firms. *International Small Business Journal*, 16(4), 46-63. doi:10.1177/0266242698164003.
- Jean-Paul, D. (2004). Internacionalización de la PYME: Una herramienta de análisis. *Revista de Comercio Exterior*, 54(2), 152-158.
- Johanson, J., y Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm: four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305-322. doi:10.1111/j.1467-6486.1975.tb00514.x
- Johanson, J., y Vahlne, J.-E. (1977). The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32. doi:10.1057/palgrave.jibs.8490676
- Johanson, J., y Mattson, L.G. (1988). Internationalization in industrial systems- a network approach, en N. Hood y J.E. Vahlne (Eds.). *Strategies in Global Competition*, Croom Helm, Londres, 287-314.

- Jones, M.V. (1999). The Internationalization of Small High-Technological Firms. *Journal of International Marketing*, 7(4), 15–41.
- Karlsen, T., Silseth, P.R., Benito, G.R.G. and Welch, L.S. (2003). Knowledge, Internationalization of the Firm, and Inward-Outward Connections. *Industrial Marketing Management*, 32(5), 385–396. doi:10.1016/s0019-8501(03)00012-9.
- Korhonen, H. (1999). Inward-Outward Internationalization of Small and Medium Enterprises. Doctoral Dissertation A-147, Helsinki School of Economics and Business Administration.
- Lall, S. (2000). The Technological Structure and Performance of Developing Country Manufactured Exports, 1985–98. *Oxford Development Studies*, 28(3), 337-367. doi:10.1080/713688318.
- Leonidou, L.C., Katsikeas, C.S. y Samiee, S. (2002). Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. *Journal of Business Research*, 55(1), 51–67. doi:10.1016/s0148-2963(00)00133-8.
- Martínez, V. (2006). Factores Críticos para el Desempeño Exportador de las PyMEs. *TEC Empresarial*, 1(1), 32-37.
- Melle, M.; Reymond, J.L. (2001). Competitividad Internacional de las PyMEs Industriales Españolas. *Papeles de Economía Española*, (90), 88-105.
- Milesi, D., Aggio, C. (2008). Éxito exportador, innovación e impacto social. Un estudio exploratorio de PYMES exportadoras latinoamericana. Banco Interamericano de Desarrollo. Fundes WORKING PAPER.

- Milner, H.V., y Keohane, R.O., (1996). Internationalization and Domestic Politics: An Introduction Internationalization and Domestic Politics. 3-24, *Cambridge University Press*. doi:10.1017/cbo9780511664168.002.
- Miñarro, Q.D., y García Pérez de Lema, D. (2003). Gestión de los costos de calidad y rendimiento de las pequeñas y medianas empresas. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, 2, 75-99.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, OCDE. (1992). Technology and the Economy. The key relationships, Paris.
- Porter, M.E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Competitive Intelligence Review*, 1(1), 14-14. doi:10.1002/cir.3880010112.
- [Reid, S. y Philip J. Rosson. \(1987\). Managing export entry and expansion: An overview. In Stan D. Reid & Philip J. Rosson, editors, Managing export entry and expansion. New York: Praeger.](#)
- Roper, S.; Love, J.H. (2002). Innovation and Export Performance Evidence from the UK and German Manufacturing Plants. *Research Policy*, 31(7), 1087-1102. doi:10.1016/s0048-7333(01)00175-5.
- Samiee, S., Walters, P.G.P. and DuBois, F.L. (1993). Exporting as an Innovative Behavior: An Empirical Investigation. *International Marketing Review*, 10(3), 5-25. doi:10.1108/02651339310040625.
- Tracey, M.; Vonderembse, M.A.; Lim, J. (1999). Manufacturing Technology and Strategy Formulation: Keys to enhancing competitiveness and improving performance. *Journal of Operations Management*, 17(4), 411-428. doi:10.1016/s0272-6963(98)00045-x.

Valls, J., Castells, E. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Edicions de la Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona.

Villarreal, O. (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea. *Cuadernos de Gestión*, 5(2), 55-73.

Wakelin, K. (1998). Innovation and Export Behavior at the Firm Level. *Research Policy*, 26(7-8), 829-841. doi:10.1016/s0048-7333(97)00051-6.

Welch, L. y R. Luostarinen. (1988). Internationalization: evolution of a concept. *Journal of General Management*, 14(2), 34-55.

. (1993). Inward-Outward Connections in Internationalization. *Journal of International Marketing*, 1(1), 44-56.



ANÁLISIS DE LAS APORTACIONES DEL SECTOR AUTOMOTRIZ A LA ECONOMÍA DEL ESTADO DE SONORA

MAC. María Guadalupe Durazo Bringas
Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Universidad Estatal de Sonora
Ley Federal del Trabajo s/n, Col. Apolo,
Correo electrónico: lupitadzo@hotmail.com
Nacionalidad: Mexicana.

Dr. Sergio Armando Guerra Moya
Profesor - Investigador de la UANL.
PTC Titular en el posgrado de la
Facultad de Contaduría Pública y Administración
Profesor invitado en el Doctorado de la
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública
Correo electrónico: Sagm52@hotmail.com Tel: 8113404430
Nacionalidad: Mexicana.

M.A. Petra Aydeé Villegas Yáñez
Universidad Autónoma de Nuevo León
Calle Córdoba No. 30 Fracc. La Joya, Navojoa, Son.
Correo electrónico: aydvillegas@hotmail.com
petra.villegas@ues.mx
Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 17/Abril/2015

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2015

Resumen

En el presente documento se exponen los antecedentes de la industria automotriz en el estado de Sonora, la cual dio inicio con la construcción e instalación de la Planta de Estampado y Ensamblado de Automóviles de la Empresa Ford Motor Company (FMC) en la ciudad de Hermosillo, Sonora, dicha planta fue inaugurada el 16 de noviembre de 1986. Con la puesta en marcha de esta empresa se crearon 13,275 nuevos empleos directos y se tiene un estimado de 40,000 empleos indirectos, además de realizar una aportación del 11.3% al Producto Interno Bruto Estatal (PIBE). Este es un estudio documental en el cual se darán a conocer las aportaciones que este sector ha contribuido a la economía estatal.

Palabras clave: Economía sonorense, Ford Hermosillo, Sector automotriz

Introducción

Actualmente, la dinámica económica del mundo globalizado exige una mayor destreza en el quehacer del desarrollo de los proyectos, la planta Ford en Hermosillo ha sido, sin lugar a dudas; uno de los primeros intentos globalizadores de la industria en el panorama económico mundial.

Esta industria se ha constituido como precursora de la competitividad en el estado de Sonora, lo que se ha traducido en empleos más calificados y mejor remunerados, así como un mayor desarrollo del capital humano. Asimismo, este sector ha generado una importante derrama de capacidades tecnológicas.

En este trabajo de investigación se describe la historia de la industria automotriz en México, así como, la forma en que se constituyó la Industria automotriz en Sonora con la instalación de la Planta de ensamble y estampado Ford en Hermosillo, Sonora y las contribuciones que ha hecho a este sector en sus casi 29 años de funcionamiento en la entidad, no solo en el aspecto económico con la generación de empleos, sino también en el desarrollo del capital humano, infraestructura, tecnología etc. Posteriormente se plantea la metodología de la investigación y finalmente resultados y conclusiones.

Marco teórico

El desarrollo de la industria automotriz en México es el resultado de una serie de acontecimientos y transformaciones que la han caracterizado y han sido clave en el proceso de evolución por un lado hacía la globalización del sector en el nivel internacional, así como el alineamiento en la política industrial en el nivel nacional; aspectos que le han permitido mantener un proceso de evolución constante (Vicencio, 2007).

El sector automotriz en México, siempre ha sido la piedra angular del desarrollo industrial del país, y por ende desde su origen cuenta con programas específicos de desarrollo que al paso de los años han quedado enmarcados dentro de lo que se conoce como “Decretos automotrices”, los cuales son emitidos por el Gobierno Federal y tienen un objeto de regulación de la producción y ventas; esto incluye limitaciones al número de empresas terminales, restricciones a la participación de la inversión extranjera de las empresas de autopartes y algunas prohibiciones como a) la importación de vehículos; b) importación de partes que eran producidas localmente; c) la producción de autopartes en las empresas terminales, además de las cuotas de contenido local en los automóviles (Brown, 1998).

Moreno, (1996) señaló que en algunas ocasiones estos decretos han mostrado no ser muy consistentes porque suelen ser el reflejo de la política industrial de cada uno de los diferentes gobiernos que los han liberado.

La historia de la industria automotriz en el país, tiene su origen en el año de 1925 con la apertura de la planta Ford en la ciudad de México, fue ahí donde se inició la industrialización del sector automotriz en México. Bretón, G. y Sánchez, I. (2011). Primero, la Ford empresa pionera que contaba ya con un considerable desarrollo en los Estados Unidos y cuyo interés fundamental se centró en la actividad del montaje; posteriormente en el año de 1935, llegó la General Motors, y tres años después, lo hizo la Automex (llamada más tarde Chrysler, 1938), también para estas últimas firmas la función central a desempeñar era el montaje, con el objeto de abastecer el mercado nacional. Anteriormente solo llegaban al país autos terminados a través de la importación y ventas de los mismos (Vieyra, 1999).

Las razones que Dombois (1990), maneja para explicar en un principio de las firmas americanas (Ford, General Motors y Chrysler) y posteriormente de las europeas (Volkswagen, Renault) y de la única asiática (Nissan), hacia el territorio Mexicano son las siguientes:

1. Reducción de los costos de producción. Dado que a través de la importación de los juegos CKD (Completely Knocked Down (este conjunto está integrado por juegos completos de partes y piezas de automóvil, los cuales son despachados en tal estado y posteriormente montados en el país de destino), para el montaje, los costos de importación se reducen en comparación con los pagados por autos terminados.
2. Bajos costos de transporte.
3. Bajos salarios. Los cuales y desde entonces aún eran más bajos en tareas de montaje.
4. Unas prometedoras expectativas de un mercado factible de monopolizar o cuasimonopolizar.

Como lo señala Vicencio (2007), en la década de los sesenta, siguiendo la política del Modelo de sustitución de importaciones en los diferentes sectores del país, se emite el primer decreto automotriz, enfocado en el mercado interno, el cual buscaba el fortalecimiento de la industria, se inicia sobre bases más firmes, el desarrollo automotriz en nuestro país en ese entonces se caracterizaba por plantas exclusivamente de ensamble en el que al menos el 20% de los componentes eran de origen nacional, mientras que las ventas se cubrían con vehículos importados.

Este decreto orientaba al sector hacia la satisfacción del mercado doméstico y en él se incluyeron algunos de los siguientes aspectos:

- Se limitaron las importaciones de vehículos.

- Se limitó la importación de ensamblajes principales completos como motores y transmisiones.
- Fijo en un 60% el contenido nacional mínimo para los vehículos fabricados en territorio nacional.
- Limitó a un 40% de capital extranjero las inversiones de las plantas fabricantes de autopartes.
- Estableció un control de precios con el fin de contener las utilidades e incentivar a un incremento de la productividad.

Fue en el año de 1972, cuando se emite el segundo decreto automotriz, el gobierno implantó nuevas políticas regulatorias con el objetivo de mejorar el funcionamiento de los mercados, de las que destacaron las siguientes:

- Se redujo el porcentaje de contenido nacional al mínimo para vehículos destinados al mercado de exportación.
- Se obligaba a los fabricantes de la industria terminal a exportar un equivalente del 30% del valor de sus importaciones.

En el año de 1977, el Gobierno publica un nuevo decreto, cuyo objetivo central fue transformar a México en un país exportador altamente competitivo, para lo cual abrió el sector para las inversiones foráneas.

En la década de los ochentas, las tendencias de la economía Internacional latentes desde la década anterior se fueron materializando. Así, surgió una nueva estructura económica a escala mundial, en la cual los mercados de bienes, servicios y capitales mostraron un proceso creciente de apertura. México no estuvo ajeno y poco a poco se fue incorporando a esa dinámica,

adecuando sus políticas económicas hacia una mayor liberalización en el intercambio de bienes, servicios y capitales (Vicencio, 2007).

En los años setenta Estados Unidos comenzó a tener una crisis en el sector automotriz, producto de la desaceleración del ciclo de descenso en la tasa media de ganancias de las tres empresas más grandes automotrices de ese país: General Motors (GM), Ford Motor Company (FMC) y Chrysler (CHR), quienes tuvieron sus años más críticos entre 1980 y 1982, coincidiendo además con el estancamiento del capital productivo en el ámbito mundial. Todo ello, obligo a las empresas a revisar todos sus sistemas y procedimientos de trabajo para incrementar la productividad y reducir sus costos de producción, ya que la empresa estaba sufriendo una pérdida acelerada de participación comercial, lo cual se reflejaba en una menor unidad productiva y despidos masivos de trabajadores en sus plantas estadounidenses.

Para enfrentar esa crisis, las transnacionales automotrices llevaron a cabo diversas acciones entre las que destacaron el traslado de plantas armadoras a regiones geográficas que se encontraran cerca de los mercados mundiales, y fue a partir del año 1983, cuando la asociación de capitales entre firmas estadounidenses y japonesas consideraron promover mayores relaciones con algunos países periféricos, como son: Corea, Taiwan, España, Brasil y México, los cuales presentaban estructuras de costos muy competitivos y ofrecían ventajas fiscales para dichas corporaciones.

En ese mismo año, y ante la situación macroeconómica desfavorable, se establece una nueva regulación, la cual llevaría por nombre “Decreto para la racionalización de la industria automotriz”, en la que marcaba una orientación hacia el fortalecimiento de las exportaciones, la atención se centró más en la exportación de vehículos que en la de autopartes, para lo cual se

redujo el contenido mínimo de integración nacional en los vehículos destinados a los mercados internacionales.

El 31 de diciembre del 2003 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto para el apoyo de la competitividad de la industria automotriz terminal y el impulso al desarrollo del mercado interno de automóviles, con el objetivo de promover la inversión en la fabricación de vehículos ligeros en el país a través del otorgamiento de diversos beneficios. Los beneficios para las empresas fabricantes que cuentan con registro son:

- Ser consideradas “empresas fabricantes” para efectos de las disposiciones sobre “depósito fiscal automotriz” y demás disposiciones de la Ley Aduanera.
- Podrán importar con cero arancel ad-valorem los vehículos de los segmentos que producen en México, al amparo del arancel-cupo, por un volumen anual equivalente al 10% de la producción efectuada en el año inmediato anterior.
- Serán consideradas automáticamente “empresas fabricantes” bajo el Programa de Promoción Sectorial de la Industria Automotriz y de Autopartes.
- El Decreto establece tres modalidades de registro para acceder a sus beneficios:

Artículo 3:- Empresas productoras de vehículos ligeros establecidas en México que hayan invertido al menos 100 mdd en activos fijos y que produzcan al menos 50,000 unidades anualmente.

Artículo 4:- Empresas que realizan o realizaran procesos de manufactura, ensamble o blindaje, que incremente el valor del vehículo en 50%.

Artículo 5:- Empresas que se encuentren en proceso de cumplir con el volumen anual de producción del artículo 3, pero que hayan cubierto el resto de los requisitos previstos en dicho artículo. (Secretaría de Economía, 2012)

El sector, actualmente compuesto por la industria terminal y de autopartes tiene un papel muy relevante dentro de la economía nacional, según datos de la Secretaría de Economía (2012) estos son algunos de los indicadores más representativos:

- Contribuye con el 17.2% del PIB manufacturero.
- Contribuye con el 28.2% de las exportaciones manufactureras y el 22.5% de las exportaciones totales.
- Con el 15.9% del personal ocupado.

La historia de la planta de estampado y ensamblado en Hermosillo, Sonora se hizo presente a finales de 1983, cuando la trasnacional empezó a estudiar la posibilidad de instalarse en esa ciudad, iniciando una serie de pláticas y acercamiento con el entonces Gobernador del Estado de Sonora, Dr. Samuel Ocaña García y algunos miembros de su Gabinete. Varios fueron los requerimientos que dicha empresa solicitó antes de tomar la decisión de instalarse en esa ciudad, entre los cuales se pueden mencionar los siguientes: Terreno con dimensiones suficientes para albergar el proyecto y con accesos independientes en su parte frontal y posterior, se demandó también espuela¹ de ferrocarril en el mismo terreno, servicios de suministro de agua, energía eléctrica y gas natural.

Otros aspectos importantes se relacionaban con la capacidad de la ciudad en materia de centros de capacitación para el trabajo, instituciones de educación técnica y a nivel universitario, escuelas bilingües para los técnicos y ejecutivos extranjeros, así como vivienda residencial para los mismos. Por otra parte, también era motivo de interés disponer alternativas para el manejo de contenedores en el puerto de Guaymas y el gas natural como proyecto suspendido en la incertidumbre de su conclusión. Es importante señalar, que en el puerto de Guaymas ya se tenía

¹ Vía férrea de propiedad particular conectada por un solo extremo a un ladero o a la vía principal, para conectarse a una vía general de comunicación ferroviaria.

alguna experiencia en el manejo de contenedores y programaba como parte de su siguiente etapa de crecimiento la instalación del sistema roll-on/roll-off², para el servicio de carga y descarga eficiente de contenedor, inicialmente se contemplaba traer el 70% de las partes del automóvil desde Japón, incluyendo el acero para el estampado para ser ensamblados en la planta proyectada para Hermosillo. (Tapia Calderón & Puebla Gutiérrez, 2011).

Como se señala en el Copreson (Consejo para la Promoción Económica de Sonora) (2014), la decisión para que la planta Ford se instalara en Hermosillo, Sonora; se tomó en base a cuatro factores: las concesiones otorgadas por los gobiernos estatal y municipal, la ubicación geográfica que se traduciría en disminución de costos en transportación, tanto de materias primas como del producto terminado, la oferta de instituciones educativas capaces que cubrían con sus egresados, las necesidades de la empresa y una abundante mano de obra calificada y competitiva. Todos estos factores sirvieron para considerar a la entidad como una plataforma ideal de exportación.

Desde que se instaló la planta Ford en Hermosillo, ha tenido diversos procesos de ampliación y reorganización manteniendo siempre niveles de excelencia internacional en materia de calidad y de productividad. La más importante de las ampliaciones de la planta Ford se inició en el año 2004 y concluyó en el año 2005. Con esta ampliación se introdujeron 3 nuevos modelos (Ford Fusión, Mercury Milán y Lincoln Z) se incrementó la capacidad de producción a 300,000 vehículos anuales, se estableció un nuevo sistema de manufactura flexible que ubica a esta planta en la frontera de la tecnología automotriz a nivel mundial y se reorganizó la red de proveedores de primera línea para fabricar los nuevos modelos de acuerdo con el paradigma de la manufactura modular (Contreras, Carrillo y Lara, 2006).

² Se denomina a todo tipo de buque o barco, que transporta cargamento rodado, tanto automóviles como camiones. A menudo tienen rampas construidas en el barco o fijas en tierra que permiten descargar el cargamento (roll of) y cargarlo (roll on) desde el puerto.

El estado de Sonora basaba su economía en actividades agropecuarias, a partir del año 1970 el estado ha transitado por una transformación de sus actividades económicas; esto puede observarse al analizar el producto interno bruto estatal (PIBE) en las diferentes décadas, en el año de 1970 la agro aportaba el 29.5%, en el año de 1980 un 17.2% en el año de 1990 un 14.5% en el año 2000 un 6.8% y el 2011 un 6.9%. (INEGI, 2008, 2010, 2011 y 2012). Por otra parte, podemos analizar cómo se ha comportado el producto interno bruto en la industria en las diferentes décadas, en el año 1990 este sector contribuyo con un 31.2%, en el año 2000 con un 27.9% y el 2011 con un 41.8%, esta transformación se vio fuertemente impulsada en el año 1986 cuando la Empresa Ford Motor Company (FMC) instaló en Hermosillo, Sonora una planta de estampado y ensamblaje, lo que dio origen a la industria automotriz, por ello, consideramos que es relevante analizar el impacto que ha generado en áreas específicas en el estado, como son: Educación, Infraestructura, Generación de empleos, ya que consideramos que estas variables son indicadores de desarrollo de la entidad.

Objetivo General

Analizar el papel que ha desempeñado el Sector Automotriz en Sonora, para conocer sus aportaciones a la economía del estado.

Objetivos Específicos

- Analizar el sector de la industria automotriz del estado de Sonora desde una perspectiva económica y social.
- Identificar las aportaciones que la industria automotriz ha contribuido para el desarrollo del estado de Sonora.

- Identificar el papel que juega la industria automotriz en el sector manufacturero del estado de Sonora.
- Identificar las áreas que se han fortalecido en el estado de Sonora con el desarrollo del sector automotriz.

Método

Para desarrollar esta investigación se manejan bases de datos y referencias bibliográficas, a fin de sustentarla con las aportaciones de las investigaciones desarrolladas referentes al tema, por ello esta investigación se define como documental. De acuerdo a Alfonso, I (1995), la investigación documental es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Las fuentes utilizadas fueron consultas bibliográficas, así como fuentes impresas en las que se incluyen revistas, artículos y otros documentos, fuentes electrónicas, tales como páginas web, revistas e investigaciones en línea.

Resultados

Para efectos de esta investigación los datos estadísticos que se presentan en cuenta fueron del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía), AMIA (Asociación Mexicana de la Industria Automotriz) y la Secretaría de Economía en un periodo de tiempo de 1986 al 2013, arrojando los siguientes resultados.

La planta de ensamblado y estampado de Hermosillo Sonora, inició sus operaciones con una capacidad de producción de 130,000 unidades al año, generando 700 empleos directos, su producción del auto Mercury Tracer, fue completamente para la producción de Estados Unidos y Canadá, trabajando un solo turno de producción, fue en el año de 1991 cuando se eleva a un segundo turno de producción y se amplía sus instalaciones.

En el año 1990, se produce el modelo Escort, en 1995, el modelo Focus y en el año 2005 en adelante, se introducen tres nuevos modelos Ford Fusion, Mercury Milán y el Lincoln Zephir, con una capacidad de producción de 300,000 vehículos y generando 3,800 empleos directos.

En la Tabla 1, se puede observar los empleos directos generados por la planta Ford, los turnos del personal que ahí laboran, así como la capacidad de producción, además se muestran los modelos que está produciendo en los diferentes años. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de INEG 1989, 2002, 2005,2010, AMIA 2006, 2009 y 2012. IND = Información no disponible.

Tabla 1

Empleos Generados, inversión y turnos trabajados en la Planta Ford

	1987-1987	1995-1996	2005-2006	2009
Empleos Directos en la planta Ford	700	2,800	3,800	35,024
Turnos de producción	1	2	2	3
Capacidad de Producción (Unidades ensambladas por año)	130,000	160,000	300,000	IND
Modelo de Auto	Mercury Tracer	Escort/Focus	F/M/M	F/M/L

Fuente: Contreras, et al., (2005).

Contreras, O, Bracamonte, A, Carrillo, J, Isiordia, P, Jiménez, R, Navarrete, M, Munguía, L, Romero L, Sánchez, J, Solís, V. (2005), señalan el impacto que ha tenido esta planta hasta antes de la ampliación efectuada en el año 2005, como a continuación se detalla:

- A lo largo de 20 años Ford en Hermosillo ha experimentado varias fases de crecimiento, tanto en la producción como en el empleo.
- Los niveles salariales en la planta han registrado un crecimiento paulatino.

- Se ha experimentado un proceso de maduración y diversificación de la fuerza de trabajo empleada en la planta, lo que la hace más experimentada y estable.
- Ford ha propiciado la difusión de nuevas prácticas de organización entre empresas locales.
- Los ingenieros que han trabajado en Ford constituyen un vehículo de transmisión de conocimientos manufactureros y organizativos para la región.
- Se han logrado algunas experiencias exitosas de vinculación con varias Instituciones de Educación Superior (IES), desde el nivel operativo hasta el directivo.
- Las empresas locales no participan en la red de proveedores de primera o segunda línea. Sin embargo hay algunas experiencias exitosas de incorporación de pequeñas y medianas empresas locales en áreas como los servicios generales, el mantenimiento industrial y los servicios tecnológicos.

Por otra parte, con la instalación de la Planta de estampado y ensamblado Ford Hermosillo, se ha observado un incremento acumulado en el salario promedio estatal, como lo señala Robles, R (2014) en su tesis Doctoral “Los Empresarios de la IME en Sonora: Algunas modalidades de su contribución al desarrollo regional”.

“se observa un incremento acumulado en el salario promedio estatal del 17.10% en el período de 2007 al 2012, sin embargo, este incremento presenta diferencias significativas. Otros municipios” el incremento en este periodo fue de solamente el 2.75%, en cambio la ciudad de Hermosillo presenta un incremento muy favorable del 38.78% que la coloca en la actualidad como la que paga salarios más altos en la IME (Industria Maquiladora Estatal), inclusive por encima de Nogales, que hasta el año de 2008 era la ciudad con

mejores salarios en el estado. Por otra parte, el incremento muy superior al mínimo en las ciudades de Hermosillo y Nogales constituyen un indicio de una mayor calificación de la mano de obra así como el incremento ligado al salario mínimo de la categoría “Otros municipio” constituye un primer indicio de una menor calificación en la mano de obra” (pp. 195)

La inversión inicial de la planta de ensamblado y estampado Ford en Hermosillo, Sonora, fue de 500 millones de dólares como se detalla en la tabla No. 2, y contaba con siete empresas locales como proveedoras de 1ra y 2da línea de Hermosillo. En el 2004 se inició la más importante de las ampliaciones de la planta y concluyo en julio del 2005, mediante esa ampliación se introdujeron 3 nuevos modelos (Ford Fusion, Mercury Milán y Lincoln Zephyr) se incrementó la capacidad de producción a 300,000 vehículos anuales, se estableció un nuevo sistema de manufactura flexible que ubica a esta planta en la frontera de la tecnología automotriz a nivel mundial.

En la Tabla 2, se muestra la inversión de la planta Ford, la cual inició con 500 millones de dólares e involucró a siete empresas locales como proveedoras de 1ra y 2da línea, en el 2005 se efectuó una ampliación donde se invirtieron 1,200 millones de dólares y se contó con la participación de 20 empresas locales como proveedoras.

Tabla 2

Inversión Ford en Millones de Dólares

	1985-1986	1995-1996	2005-2006
Inversión en millones de dólares	500	300	1,200
Número de Empresas Proveedoras de 1ra y 2da línea en Hermosillo	7	7	20

Fuente: Contreras, et al., (2005).

Entre las características más importantes de la ampliación de la planta Ford se detalla en la Figura 1, la cual muestra los logros económicos que se han obtenido con la ampliación de la Planta Ford. Fuente elaboración propia a partir de los de los datos obtenidos por Contreras, et al. (2005), “Impacto de la Ampliación de la Ford en Hermosillo”.

Figura 1. Impactos de la ampliación de la planta Ford en Hermosillo



Fuente: Contreras, et al. (2005)

Conclusiones

El sector automotriz en el Estado de Sonora inicio con la instalación de la planta Ford en Hermosillo, Sonora y desde entonces el aspecto económico de la entidad cambió en gran manera, ya que la economía del estado ha podido desarrollar una base industrial y tecnológica, que anteriormente se basaba esencialmente en actividades agropecuarias, por ello se concluye que las aportaciones que este sector ha traído a la economía Sonorense son considerables y es uno de los pilares de la industria manufacturera estatal, ha generado más de 13,275 nuevos

empleos directos y un estimado de 40,000 empleos indirectos, también ha impactado en la generación de nuevas empresas locales y ha contribuido a que en el municipio de Hermosillo tenga un salario más alto, con respecto a los otros municipios del estado, ha contribuido a que exista una maduración y diversificación de la fuerza de trabajo local, haciéndola más experimentada y estable, ha otorgado un aprendizaje industrial, ya que propicia nuevas prácticas de organización entre empresas locales, además ha fomentado la vinculación con instituciones de educación superior en la región y ha generado un impulso adicional para la actualización de infraestructura y servicios urbano y ha contribuido al desarrollo del capital humano.

Bibliografía

- Alfonso, I (1994). Técnicas de Investigación Bibliográfica. Caracas: Contexto Ediciones.
- AMIA, A. (2006). [http:// www.amia.com.mx](http://www.amia.com.mx).
- AMIA, A. (2009). <http://www.amia.com.mx>.
- AMIA , A. (2012). <http://www.amia.com.mx>.
- Brown Grossman, F (1997), La Industria de Autopartes Mexicana: Reestructuración reciente y perspectivas, México, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo.
- Bretón G, Sanchez I (2011) . La industria automotriz y el fomento a las cadenas productivas en Sonora:- El caso de la Ford en Hermosillo. *Redalyc.org*, 161-195
- Contreras , O, Bracamontes A, Carrillo J, Isiorda, P, Jiménez R, Navarrete, M, Munguía, L, Olea, J, Romero, L, Sánchez, J, Solis, V. (2005) Impacto de la Ampliación de la Ford Motor Co, en Hermosillo, Sonora.
- Contreras, O, Carrillo, J. Lara, A., (2006). Redes de producción global y aprendizaje local. El caso de la Ford en Hermosillo, México.
- COPRESON. (2014). Consejo para la Promocion Economica del Estado de Sonora. Recuperado el 10 de febrero del 2015 de <http://es.sonora.org.mx/>
- Dombois, R. (1990) "Economía política y relaciones industriales en la industria automotriz mexicana", Carrillo, J. (Coord). La nueva era de la industria automotriz en México, El Colegio de la Frontera Norte. Baja California .
- INEGI, C. (2010). <http://www.inegi.org.mx/>.
- INEGI, L. (2008). <http://www.inegi.org.mx/>.
- INEGI, L. (2011). <http://www.inegi.org.mx/>.

INEGI, L. (2012). *www.inegi.org.mx*.

Moreno Brid, J.C. (1996). México's auto industry after NAFTA: A successful experience in restructuring. Working paper No. 232.

Robles, R. (2014) "Los Empresarios de la IME en Sonora: Algunas Modalidades de su contribución al desarrollo regional". Tesis Doctoral por El Colegio de Sonora.

Hermosillo, Sonora. Tapia, G. E., y Puebla, G. (2011). *Planta Ford Hermosillo*.

Secretaría de Economía. (2012). Robles, R. (2014) Recuperado el 01 de marzo del 2015

http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/Monografia_Industria_Automotriz_MARZO_2012.pdf

Tapia, G. E., y Puebla, G. (2011). *Planta Ford Hermosillo. El porqué y el como*. México, 2011: Imágenes de Sonora, S.A. de C.V.

Vieyra Medrano, A. (1999). El sector automotriz en el proceso de industrialización en México: aspectos histórico- económicos de su conformación territorial.

Vinicio, M. (2007). La Industria Automotriz en México, Antecedentes, Situación Actual y Perspectivas. *Redalyc.org*, 211-248.



FACTORES QUE IMPACTAN EN EL CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMES EN LA REGION SUR DEL ESTADO DE SONORA

Autores:

M.A. Petra Aydeé Villegas Yáñez
Universidad Autónoma de Nuevo León
Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Universidad Estatal de Sonora
Ley Federal del Trabajo s/n, Col. Apolo,
aydvillegas@hotmail.com
petra.villegas@ues.mx
Nacionalidad: Mexicana

Dr. Sergio Armando Guerra Moya
Profesor - Investigador
Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Contaduría Pública y Administración
sagm52@hotmail.com
Nacionalidad: Mexicano

MAC. María Guadalupe Durazo Bringas
Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Universidad Estatal de Sonora
Ley Federal del Trabajo s/n, Col. Apolo,
Correo electrónico: lupitadzo@hotmail.com
Nacionalidad: Mexicana.

Fecha de envío: 17/Abril/2015

Fecha de aceptación: 28/Abril/2015

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar si la capacidad productiva, el conocimiento del mercado, la diferencia significativa del producto y la logística contribuyen al crecimiento de las exportaciones en las PyMEs de la región sur del estado de Sonora. Se cuantificara el crecimiento de las mismas, se identificarán y analizarán los factores de éxito. Para ello se realizara un instrumento y se validará para aplicarse a una muestra representativa de empresas exportadoras de la región y los resultados obtenidos se publicarán a las empresas de la región, dependencias gubernamentales, organismos de comercio e instituciones educativas.

Palabras clave: Crecimiento, Exportaciones, Factores, PyMEs.

INTRODUCCIÓN

Debido a que el entorno actual se caracteriza por una economía globalizada, dinámica y cada vez más competitiva, las empresas requieren de la implementación de procesos y técnicas que les permitan desarrollar una gestión eficiente en el logro de sus objetivos. Por lo anterior se hace necesario un conocimiento profundo de las mismas y de cuáles son los factores y variables que se conviertan en elementos clave de su éxito competitivo. Por tal efecto en las últimas décadas la identificación de los factores que determinan el éxito de las empresas y la determinación del comportamiento que debe adoptar para mejorar su rendimiento, ocupan una parte importante del pensamiento económico y constituye desde siempre la preocupación central de los que participan en la gestión y dirección de las organizaciones.

El nuevo escenario mayormente competitivo, dinámico y agresivo, está llevando a las empresas a verse cada vez más mermados sus resultados. Ello por la globalización de la actividad económica, misma que genera junto a la aparición de nuevas oportunidades de negocios, un incremento de la presión competitiva en el mundo.

La presente investigación se enfoca a revisar los factores que determinan el éxito de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), debido a que éstas de acuerdo a Franco, A. (2012) constituyen en la actualidad un sector de marcada relevancia para el desarrollo de la mayoría de países, dado el papel clave que desempeñan, especialmente por su contribución a la generación de empleo y al desarrollo de la comunidad donde se ubican, así mismo la contribución de éstas a la economía del país.

MARCO TEÓRICO

La dinámica de la economía nacional en los últimos 50 años, ha sufrido cambios drásticos, tanto el modelo de aceleración económica como el de sustitución de importaciones, cuya intención fue acelerar el crecimiento interno, la no dependencia del exterior y la detonación del sector industrial, causó paulatinamente el quiebre de la economía mexicana. Para Mendiola (1999), desde la década de los años 70's a los 80's, en México se acentuó el problema de la descapitalización del campo mexicano y la intención de modernizar al país a través de la industrialización, lo que generó una crisis de deuda externa, forzando al gobierno a abandonar la estrategia económica propuesta, devaluando el valor de la moneda mexicana.

Adicional a los sucesos económicos previamente descritos, se suscitó uno de los eventos más relevantes de índole comercial en México, el cual fue la incorporación de este país al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio con sus siglas en inglés GATT y al Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios con sus siglas en inglés GATS. Moreno y Ros (2004), explican que México cambio radicalmente su política económica ante la firma de estos acuerdos y del, dejando en claro que este país entraría a un dinamismo de competitividad internacional.

En este contexto internacional, las Pymes actualmente no solamente se dedican a satisfacer el mercado local o interno de su economía, en un mundo globalizado como el de la actualidad, estas empresas también se han involucrado en el comercio internacional, a través de la importación y exportación de sus productos y servicios. A pesar de que la dinámica del

intercambio comercial internacional está dominada por las grandes corporaciones, las Pymes también se benefician y contribuyen a esta dinámica.

Según García y Paredes (2001), los apoyos o programas que el gobierno mexicano implementó se generalizaron en dos categorías importantes: a) Apoyo a cadenas productivas y b) Apoyos a la capacidad competitiva. Estos programas, adicional a que promovieron en el gobierno un mayor control de las actividades de índole comercial, propició en la economía un crecimiento sino exponencial, gradual del Producto Interno Bruto (PIB). En términos macroeconómicos, la evolución del PIB no ha sido constante. Después de la crisis de los años 80's, el crecimiento económico de México se detuvo. Es decir, en el periodo de 1982 a 1988 el PIB subió apenas el 0.22% por año. Ibarra (2008), diserta que la evolución del PIB se dio de la siguiente manera como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Evolución histórica del Producto Interno Bruto (1960-2007)

Indicador	1960-1977	1978-1981	1982-1988	1989-1994	1996-2007
Tasa de crecimiento del PIB	6.23%	9.11%	0.22%	3.91%	3.58%

Logística de entrada

Según la Secretaría de Economía (2011), conforme a la información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), las Pymes constituyen el 99.8% de las unidades económicas del país, generan el 34.7% de la producción total, contribuyen con el 73% de los empleos y tienen una particular importancia para la economía nacional, no solo por su aportación a la producción y al empleo, sino también por su flexibilidad a los cambios, la capacidad de

contribuir al proceso de innovación y a mejorar la competitividad de la industria y por ser un medio para impulsar el desarrollo económico (Diario Oficial de la Federación, 2011).

Si bien, Sonora aporta cerca del 2.53% a la economía nacional, las Pymes sonorenses de 2005 a 2012, en promedio han aportado el 2.54% respecto a la participación de las Pymes a nivel nacional (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2013). A pesar de que se percibe una aportación mínima para el estado, es uno de los sectores de la economía más importantes para el desarrollo económico. La Tabla 2 muestra de forma específica la trayectoria histórica estatal de las Pymes sonorenses en el PIB nacional.

Tabla 2. Aportación de las Pymes sonorenses al PIB nacional de 1993 a 2013
(Millones de pesos)

Período	PIBE Sonora
1993	\$ 30.80
1994	\$ 32.42
1995	\$ 31.77
1996	\$ 32.85
1997	\$ 34.98
1998	\$ 37.13
1999	\$ 38.67
2000	\$ 41.47
2001	\$ 41.81
2002	\$ 39.92
2003	\$ 169.53
2004	\$ 179.33
2005	\$ 186.34
2006	\$ 202.87
2007	\$ 208.90
2008	\$ 209.56
2009	\$ 198.55
2010	\$ 210.36
2011	\$ 244.58
2012	\$ 259.36
2013	\$ 274.14

Operaciones

La tabla anterior muestra el aumento anual de la participación de las Pymes de Sonora en el PIB; se puede apreciar de 1993 a 1999 el PIB no superó los 30 puntos porcentuales, sin embargo a partir de 2003 a 2013 la participación de estas fue superior a los 100 puntos porcentuales, teniendo una aportación histórica de 274.14% solo en 2013. En la Tabla 2 se aprecia el crecimiento de las Pymes en el PIB nacional en sus respectivos años, fundamentalmente la evolución de este en los últimos 20 años ha presentado una tendencia creciente.

En este contexto el término "Pymes" es conocido en todo el mundo como: "Pequeñas y Medianas Empresas". Por lo anterior, las empresas que pueden formar parte de este grupo o clasificación de las Pymes varían de acuerdo al lugar y la organización. Nacional Financiera (2013), considera cuatro criterios para agruparlas en micro, pequeña y mediana empresas, los cuales son: el sector, rango de número de trabajadores, rango de monto de ventas anuales y el tope máximo combinado. La Tabla 3 muestra la clasificación:

Tabla 3. Clasificación de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores(7) +(8)	Rango de monto de ventas anuales (mdp) (9)	Tope máximo combinado Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.1 hasta \$250	250

Logística de

García de Alba (2004) menciona que el principal reto del país es hacer que las Pymes participen en la exportación, lo que permitirá atacar el problema del empleo y desarrollo regional. Además afirma que estas empresas solo participan con el 6% de las exportaciones totales, comparándolo con países como Italia y España que lo hacen alrededor del 40% del total de sus exportaciones. Diserta que los motivos por los que las Pymes participan poco en la exportación son: la logística de la exportación y su costo, desconocimiento de los apoyos por parte del gobierno federal, desconocimiento de la actividad del apoyo en micro sectores al comercio exterior, la falta de empresas integradoras y falta cultura de asociación en compras.

Según Pro México (s.f.) hoy día las empresas han tenido que evolucionar de un carácter nacional a uno internacional, debido a la internacionalización de las economías, llevando a éstas a la búsqueda de su eficiencia y competitividad. Por ello ha sido necesario llevar a cabo relaciones estrechas y estratégicas entre el gobierno, los diversos organismos y las empresas, buscando una sinergia positiva que fomente la producción nacional, el comercio internacional así como las inversiones extranjeras; logrando con esto la generación de empleos, el fortalecimiento del mercado interno y el incremento de las exportaciones, reflejándose así en un incremento del bienestar económico y social que permite una mejor calidad de vida para la población mexicana, lo que lleva a la economía mexicana ha enfocarse al fortalecimiento de la PYME y el fomento a la exportación.

El comportamiento estable de la economía comercial ha permitido que las exportaciones además de haber crecido en volumen como se precia en la Tabla 4, lo hayan hecho en la

participación del mercado, señalando una mejor aceptación de los productos mexicanos en los mercados internacionales. El país en conjunto con los diferentes organismos está impulsando acciones para hacer aún más competitivo este componente exportador, logrando ampliar los mercados extranjeros así como la diversificación de los productos de exportación. Un estudio elaborado por la empresa Centro de Negocios Whole Service for Business, S.A. de C.V. (WSFB) calcula que aproximadamente existen 4 millones de micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores industriales, comercio y servicios de los cuales se encuentren principalmente: el 65% de las Pymes en México son de carácter familiar; más de 80% no cuenta con algún tipo de certificación; cerca de 50% no utiliza técnicas en calidad o productividad; sólo 24% maneja alguna licencia o patente; el 83% no realiza actividad alguna para consolidar su presencia en el exterior y dentro del sector manufacturero se destaca que el 35% de los negocios no realizaron ninguna inversión (ProMéxico, s.f.).

Tabla 4. Balanza comercial de México con el mundo
 Valores en miles de dólares

Año	Exportaciones	Importaciones	Comercio Total	Balanza Comercial
1993	51,885,972	65,366,543	117,252,515	-13,480,571
1994	60,882,193	79,345,894	140,228,087	-18,463,701
1995	79,541,546	72,453,059	151,994,605	7,088,487
1996	95,999,737	89,468,759	185,468,496	6,530,978
1997	110,431,493	109,808,191	220,239,684	623,302
1998	117,539,288	125,373,054	242,912,342	-7,833,766
1999	136,361,810	141,974,759	278,336,569	-5,612,949
2000	166,120,730	174,457,815	340,578,545	-8,337,085
2001	158,779,727	168,396,428	327,176,155	-9,616,701
2002	161,045,973	168,678,884	329,724,857	-7,632,911
2003	164,766,429	170,545,840	335,312,269	-5,779,411
2004	187,998,548	196,809,645	384,808,193	-8,811,097
2005	214,232,949	221,819,518	436,052,467	-7,586,569
2006	249,925,134	256,058,346	505,983,480	-6,133,212
2007	271,875,307	281,949,042	553,824,349	-10,073,735
2008	291,342,589	308,603,244	599,945,833	-17,260,655
2009	229,703,544	234,384,965	464,088,509	-4,681,421
2010	298,473,141	301,481,812	599,954,953	-3,008,671
2011	349,433,377	350,842,868	700,276,245	-1,409,491

2012	370,769,884	370,751,552	741,521,436	18,332
2013	380,026,580	381,210,166	761,236,746	-1,183,586
2014 /1	226,389,579	227,618,692	454,008,271	-1,229,113

Marketing y Ventas

Es necesario en la actualidad entender el proceso de internacionalización de las Pymes para garantizar la viabilidad de la misma en un contexto de globalización, por el impacto que tienen estas empresas en su aportación a la economía regional, nacional e internacional.

De acuerdo a lo establecido por Welch y Loustarinen (1988, cit. en Maekawa s.f.) por internacionalización se entiende todo aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, durante un proceso de creciente implicación y proyección internacional. En la actualidad existen diversas teorías de internacionalización debido a la carencia de una teoría que pueda ser capaz de explicar la heterogeneidad de situaciones observadas en la internacionalización de las empresas.

En los últimos años, estos enfoques tradicionales han sido completados por teorías más recientes que intentan explicar los procesos de internacionalización no secuenciales o en fases próximas a la creación, como *International Entrepreneurship*. La internacionalización de estas empresas que participan en los mercados internacionales en poco tiempo desde su fundación, denominadas por distintos autores como “international new ventures”, “born-global” o “global starts-ups”, ha sido objeto de estudio de numerosas investigaciones. (Rodríguez, 2011).

Según Wiedersheim (1975, cit. en Castro, Molina y Ramírez s.f.) en el modelo de la universidad de Uppsala en Suecia sobre la internacionalización de las empresas, investigaciones

desarrolladas por Johanson, Vahlne y Wiedersheim- Paul en los años 1975 y 1977, gran parte de las teorías conocidas como gradualistas fueron investigadas por estos autores los que destacaron cuatro posibles etapas en el desarrollo de la actividad internacional de las empresas suecas, Sandvik, Facit, Atlas Copco y Volvo, objeto de su investigación. Las cuáles son las siguientes: 1) No se lleva a cabo exportaciones de manera regular, 2) Se exporta a través de un agente o representante independiente, 3) Se establece una filial de ventas en el extranjero y 4) Se produce o fabrica en el extranjero.

A continuación se definen las variables dependientes e independientes consideradas para este estudio. Variables dependientes (VD): Crecimiento de exportaciones. Variables independientes (VI): 1) Capacidad Productiva, 2) Diferencia significativa del producto, 3) Conocimiento del mercado y 4) Logística.

Crecimiento de las exportaciones (VD). Según Fujii y Cervantes (2013) desde la perspectiva de la demanda, la vía convencional a través de la cual la economía ha abordado el tema de la relación entre exportaciones y crecimiento, ha sido mediante el efecto de las exportaciones en los componentes de la demanda global, tanto en forma directa, porque las exportaciones son un componente de la demanda global, como indirecta, por el efecto multiplicador que las exportaciones tienen en otros componentes de la demanda global. Este enfoque está presente en los conceptos de multiplicador del comercio exterior (Harrod, 1933). Y también lo está en el concepto del súper-multiplicador del comercio exterior (Hicks, 1950), que al efecto que las exportaciones ejercen en el producto —a través del multiplicador del comercio exterior de Harrod— suma el hecho de que el incremento de las exportaciones permite que se

expandan otros componentes de la demanda, hasta el punto en que el aumento de las importaciones sea igual al acrecentamiento inicial de las exportaciones.

Capacidad Productiva (VI). En el sentido más amplio del término la función productiva de la empresa, Ruiz (2005) lo relaciona con el empleo de factores humanos y materiales para la producción de bienes y servicios. Así mismo la capacidad productiva se define como “la cantidad de producción que un sistema puede conseguir durante un periodo específico.” Cantidad de recursos que entran y que están disponibles con relación a los requisitos de producción durante un período de tiempo determinado” (Chase et al., 2005, p. 432).

Diferencia significativa del producto (VI). El Producto/servicio se encuentra continuamente en competencia con diversos productos; la decisión de adquirir uno u otro depende de diversas consideraciones sobre el producto y su marketing. En una gran parte de las situaciones la decisión última de compra se toma por factores que diferencian un producto de otro en aspectos fundamentalmente de marketing: Se llaman productos distintivos aquellos que poseen atributos o atractivos diferenciales (Quintana, 2009).

El conocimiento del mercado (VI). Conocer el Mercado significa algo más que reconocerlo, haber buceado en lo profundo de sus esencias y ser capaces de sintetizar y de analizar: su estructura, sus características y sus condicionantes, en el sentido de mejorar las decisiones de Marketing que le afectan. Y sobre todo, controlar los esquemas de su funcionamiento y las bases sobre las que se asienta el comportamiento de sus instituciones (Pérez y Pérez, 2006).

Logística (VI). Según Bastos (2007) la logística es el proceso por el que la empresa gestiona de forma adecuada el movimiento, la distribución eficiente y el almacenamiento de la mercancía, además del control de inventarios, a la vez que maneja con acierto los flujos de información asociados. Además menciona que en épocas anteriores, ésta buscaba únicamente conseguir que el producto estuviese en el sitio adecuado y en el tiempo indicado, con el menor costo posible. Sin embargo estas acciones se han vuelto cada vez más complejas, por lo que los objetivos asociados a ella incorporan nuevos criterios de efectividad y optimización de la atención al cliente. (p. 3)

A pesar de los apoyos para promover el crecimiento de las Pymes, considerando lo que representan en su aportación al PIB de la nación y del estado de Sonora, los estudios que se han realizado para analizar y determinar los factores de éxito que les ayuden a ser más competitivas en el ámbito internacional; todavía es poca participación de las mismas en las exportaciones.

En este contexto y debido a la creciente competencia a la que se enfrentan las empresas de la región derivado del mercado global en el que participan; se requiere que sean más competitivas a nivel mundial y que adquieran estrategias que le permitan incursionar con mayor éxito; por ello es necesario plantear la siguiente pregunta de estudio: *¿Cuáles son los factores que contribuyen al crecimiento de exportaciones en Pymes de la región sur del estado de Sonora?*

Objetivo General. Determinar si la capacidad productiva, el conocimiento del mercado, la diferencia significativa del producto y la logística contribuyen al crecimiento de las exportaciones en las PyMEs de la región sur del estado de Sonora.

MÉTODO

La presente investigación es no experimental Transversal de tipo descriptivo, Sierra (1995) indica que este tipo de investigación alude a que es no experimental debido a que se realiza sin la manipulación deliberada de las variables en estudio. Es no experimental transaccional porque se ocupa de obtener datos en un solo momento, en un tiempo único, la toma de observaciones y aplicación de instrumentos a los participantes. Y es no experimental Transversal de carácter descriptivo ya que el propósito es describir variables, analizar su incidencia e interrelación en un momento determinado.

Además se cuidará la fiabilidad del instrumento verificando la estabilidad con la constancia en los resultados con independencia del número de veces que se aplique; su equivalencia y su homogeneidad. Además de verificarse a través del análisis de consistencia interna de los ítems con el conjunto de la prueba Alfa de Cronbach. La información obtenida de este instrumento, se procesará con el software estadístico SPSS.

RESULTADOS

Estudio realizado por Fujii y Cervantes se basa en la idea de que la capacidad de las exportaciones de dinamizar la economía se refuerza si estas amplían el mercado interno, que depende del ingreso nacional contenido en las exportaciones. La información concierne a las exportaciones manufactureras totales, las de la industria maquiladora de exportación y las del resto de la economía para explicar el hecho de que no obstante que el sector exportador

mexicano ha registrado un dinamismo y una maduración extraordinarios en las últimas décadas, su contribución al crecimiento del conjunto de la economía ha sido débil.

Para identificar y entender cuáles son los factores que determinan y explican la velocidad y el éxito de la internacionalización de las Pymes, particularmente en el contexto de países en desarrollo. Por ello Cancino & La Paz (2010) realizaron un estudio de casos sobre tres Pymes exportadoras Chilenas creadas recientemente y de tamaño pequeño con el desafío de comercializar sus productos en el mercado internacional. Los aciertos y la experiencia laboral de los socios fundadores de las INV en la muestra se nutren de su experiencia como trabajadores independientes en la creación de empresas. Según los emprendedores, toda esta experiencia previa reduce la percepción de riesgo y las distancia para impulsar la internacionalización de una empresa naciente. Asimismo, las exportaciones se han concentrado de manera importante en mercados geográfica o psicológicamente distantes y finalmente por la utilización de programas públicos de fomento productivo y apoyo exportador financiados por el Estado chileno.

En estudio de casos realizado por Jiménez (2006) se han seleccionado las Pymes empleada en los Censos Económicos 2004 elaborados por el INEGI de México con actividad exportadora, pertenecientes a los sectores productivos más representativos, de acuerdo a lo señalado en la teoría de la internalización y para evaluar cómo inciden las características internas de las Pymes mexicanas en dicho proceso, primeramente los factores endógenos de la internacionalización empresarial considerados y las cuales forman parte de las variables independientes para esta investigación como la importancia de la localización geográfica, de los canales de distribución, las cuales inciden en la *logística* de las empresas los resultados

encontrados son: la totalidad de las empresas industriales entrevistadas consideran a la localización geográfica como un elemento con alto impacto en el proceso de internacionalización, lo cual repercute en la facilidad de acceso a recursos materiales y humanos con relativamente bajos costos en comparación con otros enclaves productivos. Adicionalmente, la infraestructura existente en vías de transporte permite ingresar al mercado exterior en tiempos mínimos, particularmente a los EUA, principal destino de las empresas objeto de estudio.

Con respecto al siguiente factor endógeno *adaptación del producto* lo que significa modificarlo para satisfacer los gustos de los clientes. Se utiliza a menudo cuando la función del producto es la misma en diferentes países pero las condiciones de uso son diferentes. Entre las empresas entrevistadas se aprecia la importancia que le otorgan a este factor, ya que la gran mayoría lo consideran de suma relevancia en el proceso de internacionalización. Generalmente en las empresas estudiadas se realiza una adaptación previa su producto a todas las exigencias del mercado de destino, sin embargo una minoría emplea un método, denominado pre-adaptación de producto, de adaptación sobre pedido basándose en las especificaciones acordadas con el cliente, reduciendo al mínimo el riesgo en que se incurre al exportar, invirtiendo en la adaptación sólo cuando están completamente seguras de la necesidad de la misma. (Jiménez, 2006)

Al analizar los factores exógenos para la internacionalización empresarial se encontró con la información sobre oportunidades de los mercados exteriores que aplica para la variable interdependiente denominada *conocimiento del mercado* encontrándose lo siguiente: la mayor parte de las empresas entrevistadas iniciaron su experiencia como exportadores sin contar con orientación ni asesoramiento por parte de las instituciones gubernamentales, el aprendizaje se realizó con el contacto de los primeros clientes aun cuando en la actualidad casi todas las

empresas comprendidas en el estudio reciben apoyo en información y orientación de diversos organismos públicos. (Jiménez, 2006)

Programas de apoyo gubernamental aspecto que impacta en la variable independiente de esta investigación denominada *capacidad productiva*. Un aspecto que generalmente se considera importante para el éxito de las Pymes exportadoras lo encontramos en los programas de gobierno enfocados a la incubación de empresas. Elaborados con la finalidad de desarrollar y fortalecer la actividad productiva de aquellas que inician operaciones. Sin embargo, al realizar el análisis del impacto que estos programas tienen en el proceso de internacionalización, nos encontramos con resultados contrarios a los esperados debido principalmente a que ninguna de las empresas seleccionadas se han beneficiado de este tipo de proyectos de apoyo. (Jiménez, 2006)

El análisis empírico realizado sobre 431 empresas del mundo por Rubio y Aragón (2006) permite concluir que las Pymes más competitivas y con el fin de incrementar su conocimiento, se presenta un modelo de competitividad a través de la revisión de una serie de trabajos que se centran específicamente en las empresas más pequeñas. Concretamente, las coincidencias entre ellos llevan a resaltar la importancia para competir de la tecnología, la innovación, los recursos comerciales, la gestión de los recursos humanos, las capacidades directivas, los recursos financieros, la cultura y la calidad del producto o servicio. Las que inciden en las variables independientes capacidad productiva, conocimiento del mercado y diferencia significativa.

Los rasgos encontrados son: ocupan una posición tecnológica fuerte y buena, ya que el desarrollo interno de la tecnología, su adquisición o el uso que hacen de ella las posicionan por

delante de la competencia. Dedicar grandes esfuerzos a la obtención de información sobre las tecnologías más relevantes de su sector, al desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos, y a la dotación de mayores recursos (humanos y financieros) al departamento de Investigación y Desarrollo (I+D). Recaban información sobre el negocio, tienen una buena imagen ante el mercado, se anticipan con rapidez a los cambios y tendencias, y se esfuerzan por evaluar periódicamente la calidad de sus productos o servicios. Realizan procesos de selección rigurosos que permiten la entrada de personal que se adapta a las necesidades de la empresa como un todo y que, además, posee los conocimientos requeridos. (Rubio y Aragón, 2006)

En el estudio realizado a 171 PyMEs industriales exportadoras de la región Caribe Colombiana por Martínez (2009). Respecto a la experiencia internacional se encontró que las Pymes más jóvenes, como las más antiguas, poseen muy poca experiencia en exportaciones. Posiblemente, porque en los países latinoamericanos las exportaciones aún son incipientes, dada la reciente apertura económica y la liberalización de los mercados que anteriormente se encontraban protegidos. Las Pymes han adoptado, en su mayoría, una estrategia de estandarización geográfica; seleccionando, especialmente países con menor distancia psíquica y geográfica. El 44% de las Pymes estudiadas no participa en alianzas estratégicas. El 29% ha decidido constituirse en una red inter-organizativa con los organismos de promoción de exportaciones, el 26% con sus proveedores y, el 16% participan en más de una red inter-organizativa. Estos resultados permiten suponer que la promoción de exportaciones puede contribuir con la expansión geográfica de estas Pymes, con la diversificación de su oferta y con la creación de su departamento de comercio exterior.

Las Pymes estudiadas han adoptado, en su mayoría, una estrategia de estandarización de la oferta al poseer una línea estrecha y media de productos exportables, combinada con una estrategia de estandarización geográfica. Esto, posiblemente porque la elección de una estrategia de expansión geográfica está asociada a una mayor exposición a: 1) el riesgo y la incertidumbre; 2) el cambio de los gustos y preferencias de los competidores; y 3) La inestabilidad de los mercados internacionales, causada por las diferencias socioculturales y económicas; entre otros factores. El objetivo de una estrategia de diversificación geográfica está orientado a desarrollar y sostener la presencia de una empresa en un gran número de mercados. (Martínez, 2009)

CONCLUSIONES

La literatura consultada coincide en considerar que la exportación lleva a las Pymes a buscar estrategias que las vuelvan más competitivas. Dichas estrategias las denominan: factores críticos de éxito, factores competitivos y factores de crecimiento. La herramienta de Benchmarking algunos estudios analizan su implementación para identificar los factores críticos de éxito y como una metodología para analizar diferencias entre empresa y socios y adoptar e implementar los cambios.

Además los factores críticos de éxito encontrados son: liderazgo, educación y entrenamiento de equipo, compromiso y motivación, comunicación. Los factores internos y externos: la localización geográfica de las empresas, los canales de distribución, los precios, las marca, la adaptación del producto, los subsidios y programas del gobierno. Todos como una

constante en las empresas para lograr ser más competitivas, aprovechando y capitalizando dichos factores, por la importancia que tienen para las Pymes en su desarrollo exportador.

En la percepción de los entrevistados, la colaboración de las instituciones de gobierno en la gestación de empresas no ha impactado en su proceso de internacionalización. El apoyo, en aquellas empresas que lo reciben, básicamente se relaciona con difusión sobre oportunidades de negocio con posibles clientes, la participación en ferias o eventos comerciales y cursos relacionados con la actividad exportadora.

Los resultados de los estudios indican que las Pymes estudiadas han ido mejorando gradualmente el tipo de tecnología de su proceso productivo. Es decir, la posición competitiva de la empresa es determinante de su éxito en los mercados internacionales, debido al tipo de tecnología, producto, servicio, precio y distribución que ésta desarrolle, para satisfacer la demanda externa. Otro factor ambiental relevante que se comporta como barrera para la exportación ha sido: las políticas gubernamentales y comerciales de los países de destino, así como la distancia geográfica, se identifican como los factores ambientales que incrementan o disminuyen la distancia psíquica entre las Pymes estudiadas y los mercados internacionales. Posiblemente, porque las barreras para la exportación que éstas afrontan son más bien internas. Otros factores que se comportan como motivadores de las exportaciones de estas Pymes son: la cultura, el idioma y la distancia geográfica, debido a que, en su mayoría, exportan hacia otros países latinoamericanos. Por consiguiente, la distancia psíquica juega un papel importante en el proceso del desarrollo exportador de estas Pymes, indicando que las políticas gubernamentales –

barreras para la exportación– influyen en el proceso del desarrollo exportador y en la estrategia de exportación.

Al realizar el análisis de la literatura en estudios empíricos se verifico la relación que existe de las variables dependientes con las independientes y se pudo constatar que si existe relación entre la capacidad productiva, la diferencia significativa del producto, el conocimiento del mercado y la logística con el incremento en las exportaciones de las Pymes, lo cual permitirá conocer los factores que promueven el incremento en las exportaciones de Pymes de la región sur del estado de Sonora.

REFERENCIAS

- Bastos, A. (2007). *Distribución Logística y Comercial: La Logística en las Empresas*. ISBN: 978-84-9839-200-5. Editorial Ideas propias. Barcelona, España. Disponible en http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20ADMINISTRATIVAS%20Y%20ECON%20MICAS/CARRERA%20DE%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS/08/LOGISTICA%20EMPRESARIAL/ANA%20BASTOS_%20LOGISTICA%20EN%20LA%20EMPRESA.pdf
- Cancino, C. A. & I. La Paz, A. (2010). *International New Ventures en Chile: tres casos de éxito*. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (45) 140-162. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71615503010>
- Castro, P., Molina H. y Ramírez J. (s.f.). *La política exportadora de las empresas familiares manufactureras Andaluzas*. Córdoba, España. Disponible en http://www.cegea.upv.es/congresos_y_jornadas/2007_Empresa_y_Sociedad/cd/170c.pdf
- Chase et al (2005). *Administración de la producción y operaciones*. México. Ed. Mc Graw Hill. Disponible en <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/588/5/CAPITULO%20IV.pdf>

- Círculo de empresarios, (2011). Las Pymes: clave para recuperar el crecimiento y el empleo. Madrid, España. Disponible en <http://www.cen7dias.es/BOLETINES/327/documentopyme.pdf>
- Daniel, W. (2001). Bioestadística: base para el análisis de las ciencias de la salud. Ciudad de México, México. Editorial LIMUSA. 8va reimpresión. ISBN: 968-18-5196-X
- Diario Oficial de la Federación (2011). Secretaría de Economía. Reglas de operación del fondo de apoyo para las Pymes para el ejercicio fiscal 2012. Ciudad de México, México. Disponible en http://www.fondopyme.gob.mx/2012/pdfs/RO_FPYME_2012_DOEF_23122011.pdf
- Dirección General de la Política de la Pequeña y Mediana Empresa (2007). Logística y Competitividad de la PYME. Madrid, España. Ministerio de la Industria, Turismo y Comercio. División de Información, Documentación y Publicaciones. Disponible en: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/LogisticaCompetitividadPyme.pdf>
- Directorio de emprendedores Sonora México, (2013). Disponible en: <http://www.sonora.org.mx/directorio/esp-index.asp>
- El economista, (2012). Pymes aportan cada vez menos al PIB. Ciudad de México, México. Disponible en <http://www.ssgt.com.mx/pdf/economista-pymespiib.pdf>
- Ferraro, C. (2011). Apoyando a las Pymes: *Políticas de fomento en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile. CEPAL Ministerio de Asunto Exteriores y de Cooperación y la Agencia Española de la Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). CEPAL/LC/R.2180. Disponible en <http://www.cepal.org/revista/noticias/articuloCEPAL/>
- Franco, A. (2012). Factores determinantes del dinamismo de las Pymes en Colombia. Tesis Doctoral. Barcelona, España. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2011/hdl_10803_96826/mfa1de1.pdf
- García, G. y Paredes, V. (2001). Programas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas en México, 1995-2000. Serie 115 Desarrollo Productivo. CEPAL. ISBN: 92-1-321938-5. ISSN: 1020-5179 Santiago de Chile, Chile. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/9279/L1639p.pdf>

- Daniel, W. (2001). *Bioestadística: base para el análisis de las ciencias de la salud*. Ciudad de México, México. Editorial LIMUSA. 8va reimpression. ISBN: 968-18-5196-X
- De María, M. (2002). *Pequeñas y Medianas empresas industriales y política tecnológica: el caso mexicano de las tres últimas décadas*. Santiago de Chile. Serie División de Desarrollo Productivo Empresarial. Unidad de Desarrollo Industrial y Tecnológico. CEPAL/LC/L.123. Disponible en <http://www.cepal.org/revista/noticias/articuloCEPAL/>
- Diario Oficial de la Federación (2011). Secretaría de Economía. Reglas de operación del fondo de apoyo para las Pymes para el ejercicio fiscal 2012. Ciudad de México, México. Disponible en http://www.fondopyme.gob.mx/2012/pdfs/RO_FPYME_2012_DOF_23122011.pdf
- Directorio de emprendedores Sonora México, (2013). Disponible en: <http://www.sonora.org.mx/directorio/esp-index.asp>
- El economista, (2012). Pymes aportan cada vez menos al PIB. Ciudad de México, México. Disponible en <http://www.ssgt.com.mx/pdf/economista-pymespib.pdf>
- Franco, A. (2012). Factores determinantes del dinamismo de las Pymes en Colombia. Tesis Doctoral. Barcelona, España. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2011/hdl_10803_96826/mfa1de1.pdf
- Fujii, G. & Cervantes, M. (2013). México: Valor agregado en las exportaciones manufactureras. CEPAL/LC/L.109. Disponible en <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/49524/RVE109FujiiCervantes.pdf>
- García, G. y Paredes, V. (2001). Programas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas en México, 1995-2000. Serie 115 Desarrollo Productivo. CEPAL. ISBN: 92-1-321938-5. ISSN: 1020-5179 Santiago de Chile, Chile. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/9279/L1639p.pdf>
- García de Alba, S. (2004). Apoyos del Gobierno Federal para la Exportación. Guadalajara, México. Revista de Mercado y Negocios Internacionales. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente. Disponible en: http://www.mktglobal.iteso.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=277&Itemid=120
- Góngora, G. y Madrid, A. (2010). El apoyo a la innovación de la Pyme en México: un estudio exploratorio. Aguascalientes, México. Revista de Investigación y Ciencia No. 47. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Disponible en <http://www.uaa.mx/investigacion/revista/archivo/revista47/Articulo%203.pdf>
- Ibarra, C. (2008). La paradoja del crecimiento lento de México. CEPAL. Disponible en <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/3/33753/RVE95Ibarra.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2013). Producto Interno Bruto en México durante el segundo trimestre de 2013. Boletín de Prensa Núm. 348/13. Aguascalientes, México. Disponible en <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Boletines/Boletin/Comunicados/PIB%20a%20precios%20constantes/2013/agosto/comunica.pdf>
- Jiménez Martínez I. (2006). Determinantes para la internacionalización de las Pymes mexicanas. *Análisis Económico*, Núm. 49, Vol. XXII, Abril, 2007. Disponible en <http://www.analiseconomico.com.mx/pdf/4906.pdf>
- Martínez Carazo, P. (2009). Proceso de desarrollo exportado de la PYME Colombiana. Universidad del Norte, Columbia. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274320570003>

- Maekawa, C. (s.f.). Internacionalización de la micro y pequeñas empresas (Mypes) textiles. Estudio empírico de las Mypes textiles en Lima Metropolitana. Madrid. Perú. Universidad Politécnica de Catalunya. Disponible en <http://www3.upc.edu.pe/bolsongei/bol/29/437/CESAR%20MAEKAWA.pdf>
- Mendiola, G. (1999). *México: empresas maquiladoras de exportación en los noventa*. Países Bajos. Serie Reformas Económicas. CEPAL/LC/L.I326. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/4571/lc11326e.pdf>
- Moreno, J. y Ros, J. (2004). Mexico's market reforms in historical perspective. Cambridge, Estados Unidos: The David Rockefeller Center for Latin American Studies. Harvard University. Paper No. 04/05. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/22339/G2258iMorenoRos.pdf>
- Nacional Financiera, (2013). Clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. México, D.F. Disponible en: <http://www.nafin.com.mx/portalfn/content/productos-y-servicios/programas-empresariales/clasificacion-pymes.html>
- Palomo, M. (2005). Los procesos de gestión y la problemática de las Pymes. Monterrey, México. Universidad Autónoma de Nuevo León. Disponible en www.ingenierias.uanl.mx/28/28_los_procesos_gestion.pdf
- Pérez, D. y Pérez, I. (2006). El conocimiento del mercado: análisis de clientes, intermediarios y competidores. Madrid, España. Escuela de Organización Industrial. Disponible en http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45089/componente45087.pdf
- ProMéxico (s.f.). Retos de las Pymes dentro del comercio internacional. Disponible en <http://www.promexico.gob.mx/comercio/retos-de-las-pymes-dentro-del-comercio-internacional.html>
- Quintana, M. (2009). Los Productos. Disponible en http://campusvirtual.ehu.es/open_course_ware/castellano/social_juri/marketing/tema-6/tema-6-los-productos-servicios.pdf
- Rodríguez, A. (2011). La Internacionalización de los Servicios Intensivos en Conocimiento: Cooperación, Innovación e implicaciones del Offshoring de I+D. (Disertación de Tesis Doctoral publicada). Madrid. Universidad Carlos III de Madrid. Disponible en http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/11956/alicia_rodriguez_tesis.pdf?sequence=1
- Rubio Bañón, A., & Aragón Sánchez, A. (2006). Competitividad y recursos estratégicos en las pymes. (Spanish). *Revista de Empresa*, Retrieved October 20, 2008, from Academic Search Complete database. Disponible en http://orquesta1.blogspot.mx/2008/10/score-offering-spanish-language_17.html
- Ruíz, C. (2005). Administración de Empresas y Organización de la Producción. Disponible en <http://www4.ujaen.es/~cruiz/tema5.pdf>
- Secretaría de Economía (2011). Con datos de Banco de México. Subsecretaría de Comercio Exterior. Disponible en http://187.191.71.239/sic_php/pages/estadisticas/mexicojun2011/TTbc_e.html
- Secretaría de Economía, (2013). Fondo de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa. Ciudad de México, México. Disponible en http://www.fondopyme.gob.mx/index_b.asp
- Sierra Bravo, R. (1995). *Técnicas de investigación social teórica y de ejercicios*. Decima Ed.

- Vázquez Núñez, S. O. & Vázquez, S. O. (2007). Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales sobre la internacionalización de PYMES: un estudio exploratorio de investigaciones entre 1999 y 2004. *Contaduría y Administración*, (222) 41-57. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39522204>
- Vélez, M. (2009). Desarrollo de un micro mundo orientado a soportar la administración de crecimiento de pequeñas y medianas empresas. (Disertación de Tesis de Maestría publicada). Medellín, Colombia. Universidad Nacional de Colombia. Disponible en <http://www.bdigital.unal.edu.co/2394/1/43615193.2009.pdf>



**ANÁLISIS PRELIMINAR SOBRE LAS COMPETENCIAS
GLOBALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA FACULTAD DE
CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

Autores:

Héctor Perfecto Molina Reyna
hector.molinary@uanl.edu.mx

Arturo Martínez Lerma
arturo.martinezl@uanl.mx

Fco. Javier Jardines Garza
francisco.jardinesg@uanl.edu.mx

Paula Villalpando Cadena
paula.villalpandoc@uanl.edu.mx

Nacionalidad de los autores: Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 30/Abril/2015

Resumen

Educar a los alumnos con competencias globales tales como el conocimiento mundial, las habilidades académicas internacionales, la actitud y la experiencia internacional, es uno de los retos que encaran las Instituciones de Educación Superior para preparar a sus egresados a un entorno mundial competitivo. Existen ciertas definiciones respecto a las competencias globales como tener habilidad en procesos globales (segundo idioma), tolerancia para laborar con sus semejantes de otras costumbres, entre otras. Actualmente, las empresas requieren administradores con competencias para enfrentarse al desafío que implica tener un negocio cosmopolita. Por consiguiente, la pregunta de este proyecto de investigación es: ¿Cuáles son las competencias globales que han adquirido los estudiantes de la Licenciatura de Negocios Internacionales para ser competitivos en el mercado laboral actual? Se midieron las competencias/variables a través de una encuesta en los grupos de noveno semestre de la Licenciatura de Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León y los resultados muestran en general que han adquirido buenos niveles de competencias globales.

Palabras clave: Competencias globales, Licenciatura, Negocios Internacionales, competitividad.

Introducción

La Licenciatura de Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León prepara profesionales en el área de las ciencias económico administrativas de los Negocios Internacionales con conocimientos y capacidades suficientes para el desarrollo, diseño, implementación y evaluación de proyectos de comercialización, de administración y financiero para contribuir significativamente en la prosperidad de las empresas multinacionales y en particular al mejoramiento económico y social del país.

Además, tiene como Misión: “Preparar profesionales con una excelencia académica en las áreas de Negocios, Administración y Finanzas que los identifique por su creatividad, capacidad innovadora, espíritu emprendedor y competitividad en el contexto mundial, además con una sólida formación de valores éticos del ejercicio profesional con un compromiso, en el desarrollo económico, social, científico y cultural de la entidad federativa, del país y del mundo”

Así como la Visión de “Formar profesionales líderes competitivos en el ámbito mundial con reconocimiento nacional e internacional por su excelencia académica en las áreas de Negocios, Administración y Finanzas que les permita desempeñarse exitosamente en el mundo

laboral de los negocios y con el compromiso de servir al ser humano y a la sociedad como misión suprema” (FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN, 2015)

Planteamiento del Problema de Investigación

La necesidad de graduados globalmente competentes fue sugerida en una encuesta hecha en 2002 por la compañía Cendant Mobility, en donde midió las tendencias de la fuerza laboral mundial encuestando a 180 gerentes de recursos humanos en los distintos continentes quienes contratan en conjunto alrededor de 200, 000 personas. La encuesta reveló que la competencia global es crítica para el éxito de los trabajadores a través de las fronteras. Aunque no provee una definición del término “globalmente competente”, la encuesta de Cendant Mobility concluyó que el entrenamiento en competencias globales es una competencia crítica en el desarrollo profesional de los empleados y que el número en la atención global de negocios y de programas académicos sobre esta se incrementará en el corto plazo (Cendant Mobility, 2002).

En un estudio realizado por Blanco, Romo y Cruz (2013) se muestra la necesidad que tiene las Universidades por preparar a los estudiantes con competencias globales, sus estudios sobre medir las competencias globales en los empresarios americanos y ver si las universidades están preparando adecuadamente a sus alumnos para enfrentarse a este mundo globalizado demuestran que falta una preparación amplia en cursos como geopolítica y multiculturalidad.

Se encontró en la literatura que hay algunos educadores e investigadores que han acudido al llamado de combatir la falta de comprensión de las relaciones internacionales y el desarrollo de la fuerza de trabajo global por eso impulsan el llamado al sistema de las instituciones de educación superior para que certifiquen a estudiantes como globalmente competentes,

globalmente aptos o como ciudadanos globales (Brustein, 2003) (Lambert, 1996) (Nussbaum, 2002).

Las competencias globales en la formación de los estudiantes de las Instituciones de Educación Superior han tomado auge en la actualidad, y a partir de esto, se plantea si existe una relación de las competencias globales deben tener tales como: conocimiento, habilidades, actitudes y experiencia que son necesarias para que los estudiantes de Licenciatura las Universidades puedan desarrollarse plenamente en un mercado competitivo laboral, por tal motivo, se plantea la siguiente pregunta:

Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las competencias globales que han adquirido los estudiantes de la Licenciatura de Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría Pública y Administración para ser competitivos en el mercado laboral actual?

Objetivo General de la Investigación

Sustentar un estudio que permita medir las competencias globales: conocimiento mundial, las habilidades sociales internacionales, las actitudes globales y la experiencia internacional que han adquirido los estudiantes de la Licenciatura de Negocios Internacionales de FACPYA de la UANL y que les permita cuando terminen su carrera enfrentarse competitivamente en el mercado laboral actual.

Hipótesis

Son el conocimiento mundial, las habilidades sociales internacionales, las actitudes globales y la experiencia internacional, las competencias globales que debe tener los estudiantes de la Licenciatura de Negocios Internacionales que les permitirá elevar sus conocimientos y salir mejor preparados para enfrentarse a un mundo laboral competitivo.

MARCO TEÓRICO

Las Competencias Globales

La competencia global se ha vuelto una palabra de moda en la industria de reclutamiento de ejecutivos (Cendant Mobility, 2002), y las certificaciones sobre las competencias globales, así como globalmente, apto se han vuelto una pieza central de varias iniciativas en currículums universitarios, incluyendo aquellos en el Boston Collage y la Universidad de Pittsburgh.

En este trabajo de investigación se toma en cuenta la definición y dimensiones que señalan William Brustein (2003), Director del Centro Universitario para Estudios Internacionales sobre las competencias globales es definida como: “la habilidad de comunicarse eficazmente a través de fronteras lingüísticas y culturales y enfocarse en cuestiones que trascienden culturas y continentes” y señala las siguientes dimensiones:

Las dimensiones que contribuyen con la competencia global son:

- 1) La habilidad de trabajar eficazmente en distintos escenarios internacionales
- 2) Una conciencia de las principales corrientes de cambio global y los asuntos que emergen de dichos cambios
- 3) Conocimiento de organizaciones globales y actividades de negocio

- 4) La capacidad para una efectiva comunicación, a través de fronteras culturales y lingüísticas, y
- 5) Una adaptabilidad personal para diversas culturas (Brustein, 2003)

De igual manera, la empresa en administración internacional, la Swiss Consulting Group, en su Global Competency Report 2002, identificó las siguientes habilidades globales esenciales: facilidad intercultural, comunicación en dos vías eficaz, liderazgo diverso, compartiendo sistemáticamente las mejores prácticas y un verdadero diseño del proceso de estrategia global. El Swiss Consulting Group también visualizó la competencia global como una táctica de negocio, creando una oportunidad para administradores globalmente competentes para “tirarse en paracaídas en cualquier país y llevar a cabo el trabajo y respetando a la vez los caminos culturales” (Swiss Consulting Group, 2014).

Según Lee Olson & Kroeger (2001), la definición de un persona con competencia global es la que tiene suficiente conocimiento sustantivo, comprensión perceptiva y habilidades de comunicación intercultural para interactuar efectivamente con nuestro mundo globalmente interdependiente. Por esos e dice que ejos se encuentran aquéllos días en que los empleados estaban geográficamente limitados. En la actualidad, se acrecienta el número de empleadores buscando al candidato idóneo, conduciéndose a través de una búsqueda global, sin importar la distancia, y en algunos casos, el idioma (Hunter W. D., 2005).

Otros estudios muestran la importancia del capital humano global, como es el caso de los estudios de Barney (1991) quien fue uno de los pioneros en resumir la alternativa y el entorno doméstico de la compañía para construir la teoría de activos y capacidades, la cual retoma la relevancia de los activos de la compañía para conseguir una ventaja competitiva. De acuerdo a esta teoría, las compañías que se apoyan en sus activos y capacidades para apoyarse en las ventajas de su ámbito tienen mayor oportunidad de ampliar una ventaja competitiva que las que no lo toman en cuenta.

Esta teoría propone que cada compañía es distinta y que son los activos y capacidades de las compañías (tangibles e intangibles) limitadas, valiosas y únicas, las que producen la ventaja competitiva sostenible fuente de rendimientos (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984). La relación de esta teoría con la exportación radica en la unicidad de los elementos y de los activos de la empresa emprendedora, que dan lugar a una ventaja competitiva (Jimenez, 2008).

Se considera “activos” a los activos tangibles o intangibles (activos fijos, información, marca, tecnología o capital humano) que las compañías recurren como insumo en el proceso de manufactura para su transformación en un producto o servicio. Respecto al término de “capacidades” representa la competencia de la compañía para impregnar, constituir y convertir los activos internos y externos en una ventaja competitiva sostenible (Amorós, Etchebarne y Felzensztein, 2012; Lu et al, 2010). En este sentido, Álvarez y Busenitz (2001), señalan una relación entre esta teoría y la iniciativa para exportar al clasificar como “activos” a varias de las competencias de los emprendedores, como sus conocimientos, habilidades, actitudes y experiencias (Hunter W. D., 2005).

MÉTODO

Se inició con una investigación exploratoria y descriptiva que permitió identificar la problemática de una manera más clara y precisa y se recopiló la bibliografía necesaria concerniente a las competencias globales. Después se presenta como una investigación correlacional y explicativa, ya que permitió recolectar, analizar y describir la influencia de estas competencias en los estudiantes de noveno semestre de la Licenciatura de Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León

Elaboración del instrumento

Se diseñó una encuesta con 16 *itepreguntas*) basados en los siguientes tres instrumentos principales desarrollados por otros autores y que ya se han utilizado para medir las características y competencias que ayudan a los administradores para la consecución de la competencia global. Estos son:

- 1) La Lista de Verificación de Competencia Global, creada por William Hunter (2004). Este investigador estableció en su trabajo de tesis un instrumento que fue enviado a 133 expertos internacionales, como educadores y directores de recursos humanos de empresas transnacionales, para identificar los conocimientos, habilidades, actitudes y experiencias necesarias para llegar a ser competente a nivel mundial.
- 2) El Inventario Mentalidad Global (GMI) de la universidad Thunderbird School of Global Management y desarrollado por Najafi Mentalidad Global Institute para ayudar a determinar la capacidad de un líder global a través de tres aspectos (Paul, Meyskens & Robbins, 2011):

- a) El Capital Intelectual, que manifiesta la comprensión del negocio global, la mirada cosmopolita y la complejidad cognitiva de la persona.
 - b) El Capital Psicológico, que refleja la pasión por la diversidad, la búsqueda de la aventura y la seguridad en sí mismo, y
 - c) El Capital Social, referente a la empatía intercultural, el impacto interpersonal, y la diplomacia utilizada en el comercio internacional.
- 3) El instrumento de Certificación de Profesionales en los Negocios Globales de la *North American Small Business International Trade Educators* (NASBITE), que ofrece un punto de referencia para las competencias necesarias en el comercio mundial. Mide la capacidad de hacer negocios globales a través de cuatro dimensiones: Gestión de Negocios Globales, Marketing Global, Administración de Cadena de Suministro, y Finanzas y Comercio.

La encuesta final que integró parte de estas tres encuestas contó con un total de 16 preguntas; se formó de un grupo de 4 preguntas por cada una de las 4 variables o competencias globales. Se utilizó una escala Likert de cinco puntos desde 1 a 5, en donde 1 era ninguna, 2 es pobre, 3 es promedio, 4 es buena y 5 es excelente.

Los sujetos de investigación

Dos grupos noveno semestre que integran la población total de la Licenciatura de Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León, que contabilizan un total de 600 alumnos..

Los cuestionarios fueron distribuidos a los estudiantes que asisten a las clases que realizan en el turno nocturno. De igual manera, se creó una encuesta en Internet con un enlace en *Google Docs* de donde se obtuvo un 33% del total de encuestas recibidas.

Confiabilidad del instrumento

Se realizó una prueba piloto a la encuesta para garantizar que los encuestados entendieran bien las preguntas y los términos utilizados en la prueba, lo que permitió realizar algunos cambios para hacerlos más comprensibles y eliminar otras que no eran útiles para los propósitos de la investigación. Para ello se realizó la prueba estadística Alfa de Cronbach.

Tabla 1. Confiabilidad del instrumento

	Alfa de Cronbach	Criterio (George & Mallery, 2003)
Variable 1: Conocimiento	0.768	$\alpha \geq 0.7$ Aceptable
Variable 2: Habilidades	0.746	$\alpha \geq 0.7$ Aceptable
Variable 3: Actitudes	0.860	$\alpha \geq 0.8$ Bueno
Variable 4: Experiencia	0.756	$\alpha \geq 0.7$ Aceptable

Se encontraron adecuados niveles de Alfa de Cronbach para los cuatro grupos de competencias: Conocimiento, Habilidades, Actitudes y Experiencia. Por lo tanto, se consideró que todas las variables son confiables en los constructores generados de las competencias individuales.

RESULTADOS

Los resultados estadísticos se presentan mediante el análisis general de las competencias globales de todos los administradores.

Se desarrollaron los siguientes procedimientos estadísticos a fin de validar con estadística descriptiva y análisis de varianza la hipótesis de investigación y la nula. Por lo que la hipótesis nula: “Hay una falta de competencias globales (conocimiento, habilidades, actitudes y experiencia) que se requieren para tener éxito en un mercado globalizado por parte de los estudiantes de la Licenciatura de Negocios Internacionales de FACPYA” es aprobada si los resultados de la media de la población son menor a 3 en la escala Likert (3=Promedio).

$$H_1: \geq 3 \quad e, \quad H_0: < 3$$

Tabla 2. Prueba de hipótesis de Investigación sobre Competencias Globales

Variable Clave / Escala de Likert	Media	Desviación estándar	
Medición Conocimiento mundial	3,53	0,75	Aceptada
Medición Habilidades sociales internacionales	3,64	1,06	Aceptada
Medición Actitudes globales	4,37	0,70	Aceptada
Medición Experiencia internacional	2,98	1,65	Rechazada

Al analizar los resultados estadísticos en la tabla 3, la mayoría de los elementos de nuestra hipótesis nula mostraron que la relación de las competencias globales (Conocimiento, Habilidades y Experiencia) es mayor a 3. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación en dichas competencias globales; ya que los datos son mayores a 3 en la escala Likert

(3=Promedio). Sin embargo, se rechaza la hipótesis de investigación para la competencia global de Experiencia por ser menor a 3.

CONCLUSIONES

Como se mostró en los resultados, los estudiantes tienen buenos niveles de competencias globales en Conocimiento mundial, habilidades sociales internacionales y actitudes globales que han adquirido al realizar sus estudios de Licenciatura en Negocios Internacionales dentro de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León y que les permita enfrentarse competitivamente en el mercado laboral actual.

Esto es importante, sobre todo porque los estudiantes se encuentran en un entorno multicultural desarrollado y en un área importante del comercio bilateral con la frontera de México. Como se mencionó en el marco teórico, los estudiantes deben tener un conocimiento más amplio del mundo que les rodea, sobre todo porque ahora hay que trabajar no sólo a nivel local sino competir a nivel mundial. Esta es una razón importante por la cual las universidades deben seguir preparando a los estudiantes para convertirse en interculturalmente competentes en un mercado global.

En cuanto a la medición de la experiencia internacional se puede resaltar que aunque se rechaza la media es de 2.98 cercana a tres y aunque FACPYA exige que los alumnos tengan un tercer idioma y la mayoría buscan salir al extranjero a estudiar el octavo o noveno semestre, al parecer les falta experiencia pero de trabajar en el extranjero.

La economía mundial se está moviendo hacia la eliminación de las barreras proteccionistas al comercio; sin embargo, parece que las barreras culturales aún persisten, por lo que estas barreras deben ser eliminadas. La importancia de hablar otros idiomas, conocer otras

culturas y la comprensión de las diferencias culturales en otras partes del mundo, son aspectos que son reconocidos por grandes empresas internacionales, así como exitosas franquicias de pequeños negocios y, sobre todo, por empresarios transnacionales.

BIBLIOGRAFÍA

- Amorós, J., Etchebarne, S., & Felzenstztein, C. (2012). International entrepreneurship in Latin America: development challenges. *Esic Market Economic and Business Journal*, 43(3), 497-512.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Blanco M., Romo H. & Cruz J. (2013). **EXPLORING GLOBAL COMPETENCE OF MEXICANS AND AMERICANS MANAGERS WORKING IN A MULTICULTURAL ENVIRONMENT** *Journal of International Management Studies* 13 (4): pp.113-126, ISSN 1930-6105.
- Brustein, W. (2003). *Personal communication*. Pittsburgh, PA.
- Cendant Mobility. (2002). *2002 worldwide benchmark study: new approaches to global mobility*. Bethesda, MD: Cendant Mobility Services Corporation.
- Cendant Mobility. (2002). New approaches to global mobility. *Human Resource Executive*, 1.
- facultad de contaduría pública y administración. (13 de Marzp de 2015). *Licenciado en Negocios Internacionales*. Obtenido de <http://facpya.uanl.mx/oferta-educativa/licenciado-en-negocios-internacionales/>
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 Update*. Boston: Allyn & Bacon.
- Harris, P., & Moran, R. (1987). *Managing Cultural Differences* (2da. ed.). Houston, TX: Gulf Publishing Company.
- Hunter, W. (2004). *Knowledge, skills, attitudes and experiences necessary to become globally competent*. Bethlehem, PA: Lehigh University: Unpublished Dissertation.
- Jiménez, A. (2008). La internacionalización de la empresa a través del enfoque de recursos y capacidades. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, No. 2.
- Kwangsoo, K. (1997). *Distinctive Competences, Global Integrating Modes and Economic Performance Of MNE's in Global Industries*. Ann Arbor, MI: UMI Microform.

Lee Olson, C., & Kroeger, K. (2001). Global Competency and Intercultural Sensitivity. *Journal of Studies in International Education*, 116-137.

Olson, & Koeger. (2001). Global competency and intercultural sensitivity. *Journal of Studies in International Education*, 5(2), 116-137.

Swiss Consulting Group. (21 de noviembre de 2014). *Global Competency Report 2002*.
Obtenido de <http://www.swissconsultinggroup.com/docs/gcr20020926.pdf>



**EL CONOCIMIENTO DEL MERCADO META Y EL
PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN COMO ELEMENTOS
INDISPENSABLES PARA EL DESEMPEÑO EXPORTADOR EN
PYMES MANUFACTURERAS DE NUEVO LEÓN, ANÁLISIS
PRELIMINAR**

Autores:

Gabriela Edith Mata Tijerina
gemt82@gmail.com

Vera Patricia Prado Maillard
veraprado68@hotmail.com

Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública
Dirección: Praga y Trieste s/n Col. Residencial Las Torres, Monterrey, N.L.

Georgina Parra Irineo
geopa64@hotmail.com

Ana Esperanza Álvarez García
ana.alvarezg@uanl.edu.mx

Facultad de Contaduría Pública y Administración
Dirección: Ave. Universidad s/n, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L.

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 06/Mayo/2015

1.- Introducción

En el contexto global actual, las empresas independientemente de su tamaño (pequeña, mediana o grande) buscan y logran obtener mejores oportunidades adentrándose al comercio internacional, con el afán de encontrar nuevos mercados interesados en sus productos; así como también, el conocer las necesidades de sus futuros clientes y los avances tecnológicos que tiene la competencia en el giro industrial al que pertenecen. Por ello, los grupos de interés (el gobierno, los empresarios y los académicos) consideran de gran importancia para el país contar con información, investigación y datos que ayuden a los sectores industriales a integrarse y mantenerse en el comercio internacional.

En el presente trabajo, se pretende determinar si el conocimiento del mercado meta y/o el procedimiento de exportación permiten a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector manufacturero lograr el desempeño exportador en el estado de Nuevo León. Para lo anterior, se realizará una revisión sobre la situación actual de las PYMES en México y Nuevo León el ámbito comercial internacional,, y se presentará un amplio marco teórico que sustente los factores antes mencionados, lo que y que permitió an la elaboración de un instrumento para la recopilación de información en campo. Finalmente para los resultados se realizó un análisis estadístico del Alfa de Cronbach.

1.1.- Antecedentes

1.1.1.- Las PYMES en México

Las PYMES son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo, como por su aportación al Producto Interno Bruto (PIB) (Sria. Economía, 2010). En México constituyen la columna vertebral de la economía nacional

por su alto impacto en la generación de empleos, en la producción nacional y en el desarrollo social (PROMEXICO, 2013).

En la Tabla 1, se presenta la estratificación de empresas utilizada en México, publicado en el Diario de la Federación con fecha treinta de diciembre del dos mil dos, en la cual se puede observar que dependiendo el sector económico en donde se ubique la empresa, estas se clasifican de acuerdo al número de empleados que esta tiene.

Tabla 1 Estratificación de empresas en México

Estratificación de empresas publicadas en el DOF.

30 de diciembre 2002.

Sector	Clasificación según el número de empresas		
	Industria	Comercio	Servicios
Micro	de 0 a 10	de 0 a 10	de 0 a 10
Pequeña	de 11 a 50	de 11 a 30	de 11 a 50
Mediana	de 51 a 250	de 31 a 100	de 51 a 100

Fuente: DOF del 30 de diciembre de 2002

En lo que respecta a la cantidad de empresas de este tipo, los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), reportan que en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES y generan 52% del PIB y 72% del empleo en el país, además el 68% de las empresas con transacciones comerciales

internacionales son PYMES, y estas representan el 9% del valor del comercio exterior de las empresas manufactureras. (PROMEXICO, 2013).

1.1.2.- Las PYMES en Nuevo León

Nuevo León es por sus características geográficas y de infraestructura uno de los estados de la República Mexicana más atractivos para el crecimiento e inversión económica para la actividad empresarial e industrial competitivo a nivel internacional (Sria. de Economía, 2015). En lo que respecta a las PYMES del Estado, son importantes debido al papel que tienen en la economía, puesto que representa el 37% del total de empleados (664,311 personas) como se puede apreciar en la Gráfica 1 (Data Nuevo León, 2012).

Gráfica 1 Empleados por Tamaño de Empresa

Fuente: Data de Nuevo León 2012

1.1.3.- Industria Manufacturera en México.

De acuerdo al INEGI (2005), la Industria Manufacturera es la actividad económica que transforma una gran diversidad de materias primas en diferentes artículos para el consumo, se clasifica en nueve divisiones de actividad. En los últimos años, se realizaron importantes reformas estructurales que favorecieron el notable crecimiento de las exportaciones manufactureras (González de la Torre, 2013).

Estas reformas han permitido que gran parte este formada por empresas exportadoras en donde se producen o ensamblan una gran variedad de productos (como equipos electrónicos o autopartes) que se van al extranjero (INEGI, 2014). Lo anterior se ve reflejado en un aumento en

PIB de la Industria Manufacturera del 2.4% en el periodo del 2010 – 2013, que afirma que la relevancia del sector, lo cual se puede observar en la Gráfica 2 (INEGI, 2014).

Gráfica 2 PIB Industrias Manufacturera

Fuente: INEGI 2014

1.1.4.- La Industria Manufacturera en Nuevo León

En el 2013, Nuevo León contribuyó con un 10% del PIB nacional de la Industria Manufacturera (SE.PROMEXICO, 2014), lo cual le permitió ubicarse entre los estados más importantes debido a sus aportaciones a la producción nacional en manufacturas. Por su parte, este sector ha crecido un 3.2% en el PIB estatal durante el 2010 al 2013, lo que afirma que la relevancia del sector a nivel estatal (INEGI, 2014).

Gráfica 3 PIB Nuevo León Industria Manufacturera

Fuente: INEGI 2014

1.1.5.- Las PYMES manufactureras en Nuevo León

De acuerdo al Censo Económico 2014 (INEGI, 2014), las PYMES en la Industria Manufacturera en el estado representan un 24% del ingreso total del sector, un aumento del 2% respecto al 2009, también un incremento del 0.6% en la ocupación del personal, así como un 15% de aumento en sus ingresos, pero una disminución del 5% en las unidades económicas.

1.2.- Planteamiento del Problema

Las PYMES son el eslabón fundamental para el crecimiento económico del país, las cuales representa el 99.8% de las unidades empresariales que a su vez, generan 52% del PIB, 72% del empleo nacional, el 68% de las transacciones comerciales internacionales y el 9% del

valor del comercio exterior en mercancías manufacturadas (PROMEXICO, 2013). A pesar de la gran importancia que tienen en la economía no existe información sobre los factores que impulsan el desempeño exportador de las PYMES.

1.3.- Pregunta de Investigación

¿Cuál es el impacto del Conocimiento del Mercado Meta y el Procedimiento de Exportación en el Desempeño Exportador de las PYMES manufactureras?

1.4.- Objetivo

Determinar el impacto del Conocimiento del Mercado Meta y el Procedimiento de Exportación en el Desempeño Exportador de las PYMES manufactureras en Nuevo León.

1.5.- Justificación

Esta investigación servirá a las PYMES manufactureras a definir los elementos que ayudan a desarrollar estrategias en los mercados internacionales; así como el planear y mejorar las prácticas en materia de negocios internacionales que permitan ampliar sus habilidades en el comercio internacional.

1.6.- Hipótesis

El Conocimiento del Mercado Meta y el Procedimiento de Exportación impacta significativamente en el Desempeño Exportador de las PYMES manufactureras de Nuevo León.

La relación causa-efecto: a mayor Conocimiento del Mercado Meta y del Procedimiento de Exportación mayor Desempeño Exportador de las PYMES

2.- Marco Teórico

2.1.- El Desempeño Exportador y el crecimiento de las empresas

El Desempeño Exportador es una forma de medir el crecimiento de la empresa, el cual se divide en dos factores de análisis para evaluar en primera instancia se analizan los volúmenes de las ventas de exportación y en segundo lugar las utilidades derivadas de estas ventas, o bien a través de la percepción del CEO de la empresa (Katsikeas, Leonidou, & Morgan, 2000). En este trabajo se tomará para medir el dinamismo exportador las ventas de la empresa respecto a las actividades de exportación.

El término “crecimiento” se emplea para un aumento en la cantidad, por ejemplo: el crecimiento de la producción, exportación o volumen de ventas. La experiencia indica que el crecimiento de una empresa está relacionado con los intentos de un grupo particular de seres humanos de hacer algo (Penrose, 1962) en el caso de los administradores de las empresas es generar ganancias, para los gobernantes una estabilidad y crecimiento de la económica y para la población en general ingresos que en la mayoría de los casos crea un bienestar social.

Ahora bien, la Teoría del Crecimiento se desarrolla en primer lugar como una teoría de crecimiento interno, es decir, hace énfasis en que el análisis se traslada entonces desde los recursos internos de la empresa al impacto de ciertas condiciones externas en el crecimiento de las empresas y a la situación especial de la pequeña empresa con respecto a la grande dentro de una economía. (Penrose, 1962).

En tal caso, el tener en cuenta los recursos internos podría llevar al crecimiento de la empresa, no importando el tamaño, pero si haciendo un análisis correcto de los usos de los recursos que pueden ser humanos, materiales o financieros. En caso de las PYMES todos son indispensables, así como para cualquier compañía, sin embargo la falta de recursos materiales y financieros hace del recurso humano un factor necesario para alcanzar el crecimiento establecido.

Dado lo anterior, el recurso humano debe analizarse en primera instancia, puesto que es indispensable conocer tanto como el conocimiento, las habilidades, actitudes y experiencia que debe tener el personal en ambientes multiculturales (Blanco, Romo y Cruz, 2013), en este caso sobre como impulsar crecimiento de la empresa, especialmente para ingresar a nuevos mercados.

El ingreso a nuevos mercados, requieren tener conocimientos sobre el mercado al que se pretende ingresar y algunos casos sobre el procedimiento de exportación tanto del país de Origen como el del país Destino de las mercancías. En los siguientes apartados se analizan la conceptualización de lo que conlleva el conocimiento del mercado meta y el procedimiento de exportación, a su vez se analiza el desempeño exportador dado que a través de este se mide el crecimiento en las empresas.

2.2.- Conocimiento del Mercado Meta

El Conocimiento del Mercado Meta, se refiere a la información y conocimientos sobre los aspectos relacionados con el país a donde se desea exportar. Este conocimiento de exportación debe cubrir áreas tales como: información básica del país, accesibilidad al mercado; el potencial del mercado; las exigencias del mercado; la distribución; y la promoción de las ventas. (Banco Bice, 2003). Asimismo este tipo de información es conocida por Dunning (1988) como la ventaja de propiedad, debido a que es un activo intangible que proporciona experiencia mayor conocimiento del entorno, lo que permite aprovechar todas las ventajas de la localización en el mercado meta (Félix Mendoza, 2005).

2.3.- Procedimiento de Exportación

El procedimiento de Exportación son todas aquellas actividades propias del proceso logístico de exportación, cual puede tener origen interno o externo a la compañía (Yang, 1988). Según Ramaswami y Yang (1990) las actividades de procedimiento se pueden subdividir en dos

tipos: (a) controlables, aquellas que pueden ser resueltos fácilmente dada la experiencia adecuada (por ejemplo, documentación y tramites, las barreras arancelarias,), y (b) no controlables, lo que requiere de acuerdo al caso independientemente de la rutina que se ha adquirido a través de la experiencia (por ejemplo, las barreras no arancelarias, transportación, consumo).

Entre las actividades de procedimiento se pueden destacar los siguientes aspectos de la actividad de exportación:

- La documentación (Diamantopoulos & Schlegelmilch, 1990 Kedia & Chhokar, 1986; Keng & Jiuan, 1989; Sharkey, Lim, & Kim, 1989) por ejemplo:
- Los aranceles de importación a pagar (Barker & Kaynak, 1992; Bauerschmidt, Sullivan, & Gillespie, 1985; Karafakioglu, 1986),
- El establecimiento de barreras no arancelarias, tales como el establecimiento de diversas normas de control y seguridad de la calidad (Bauerschmidt, Sullivan, & Gillespie, 1985; Rabino, 1980), que en ocasiones implican la necesidad para adaptar los productos a las exigencias de los diferentes mercados extranjeros (Kedia y Chhokar ,1986; Keng y Jiuan, 1989);
- El transporte y distribución de las dificultades en los mercados extranjeros (Barker y Kaynak, 1992; Kedia y Chhokar, 1986);
- La dificultad de encontrar un distribuidor confiable en el país de destino (Kaynak, Ghauri, & Olofsson-Bredelöw, 1987; Kedia y Chhokar, 1986; Rabino, 1980),
- Así como los principios estratégicos generales de exportación independientemente del mercado de destino de que se trate (Suárez-Ortega, 2003).

3.- Método

La investigación es de tipo descriptiva – correlacional y el diseño de la investigación es no experimental y transeccional dado que es en un tiempo actual, y trata de describir y analizar la

incidencia e interrelación de las variables seleccionadas con respecto al desempeño exportador.

Las técnicas utilizadas son documentales, bibliográficas y de campo. En la de campo se aplico una encuesta estructurada creada en base del marco teórico, dividida en tres partes, la primera son los datos del encuestado, la segunda los datos de la empresa, y las tercera los factores de impulso, en donde se utilizó la escala Likert de 1 al 5 (Totalmente en desacuerdo hasta Totalmente de acuerdo).

Para el análisis estadístico se utilizó la técnica de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales o PLS y no de covarianza. La muestra fue de 30 para esta prueba piloto a empleados de diversas empresas lo que permitió hacer una estimación parcial, y ayuda a establecer la validez de los constructos y de los ítems (preguntas).

4.- Resultados

En este apartado se muestran los hallazgos obtenidos de la recopilación de información sobre la validez de los constructos del Conocimiento del Mercado Meta, del Procedimiento de Exportación y del Desempeño Exportador, esta última como dependiente de las otras anteriores, para asegurar la validación de consistencia interna de los constructos así como de sus ítems se utiliza los valores de la Alfa de Cronbach, los cuales no deben ser menores de 0.50 -0.60 para considerar la solución factorial confiable (Cruz, 2009). Así como la relación de las variables para dar respuesta a la hipótesis inicial.

En la Tabla 2, se puede apreciar los valores de Alfa de Cronbach obtenidos de acuerdo a los ítems/preguntas del constructo Conocimiento del Mercado MetaConocimiento del Mercado Meta, en donde se aprecia que los ítems que están altamente relacionados altamente en relación a la construconstrucción de la variableto, excepto el ítem IIACMM2 por obtener 0.345, lo cual está por debajo del nivel requerido.

Tabla 2 Valores de los ítems/preguntas del constructo de Conocimiento del Mercado Meta

Ítem	Alfa de Cronbach
IIACMM1	0.709
IIACMM2	.0345
IIACMM3	0.791
IIACMM4	0.761
IIACMM5	0.850

Fuente: Elaboración propia.

La validez del constructo de Procedimiento de Exportación se muestra eEn la Tabla 3, muestra la validez del constructo de Procedimiento de Exportación, en donde se observa que los ítems/preguntas de acuerdo a los rangos de Alfa de Cronbach antes mencionados resultan aceptables para la construcción de esta variable..

Tabla 3 Valores de los ítems del constructo de Procedimiento de Exportación por ítem

Ítem	Alfa de Cronbach
IIBPE7	0.815
IIBPE8	0.770
IIBPE9	0.794
IIBPE10	0.835

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 4, expone la validez del constructo de Desempeño Exportador, para este se utilizaron 2 ítems/preguntas los cuales mostraron una validez aceptable ser válidos conforme a los rangos antes mencionados para la construcción de la variable.

Tabla 4 Valores de los ítems/preguntas del constructo de Desempeño Exportador Procedimiento de Exportación por ítem

Ítem Alfa de Cronbach

IIACMM6 0.764

IIBPE11 0.858

Fuente: Elaboración propia

Ya validados la formación de los ítems en cada uno de los tres constructos se desarrollo el análisis de la relación que tienen los constructos Conocimiento del Mercado Meta y Procedimiento de Exportación con la variable dependiente Desempeño Exportador a través del Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos se pueden observar en la Tabla 5, donde el resultado muestra un impacto significativo del 0.702 para el constructo de Conocimiento del Mercado Meta, mientras que para el constructo de Procedimiento de Exportación es de 0.285 que está muy por debajo de los rangos establecidos.

La relación que tienen los construcción entre la variable dependiente, se puede observa en la Tabla 5, donde el resultado muestra un impacto significativo del 0.702 del constructo de Conocimiento del Mercado Meta, mientras que para el constructo de Procedimiento de Exportación es de 0.285 que está por debajo de los rangos establecidos.

Tabla 5 Relación de los Constructos con la variable dependiente

Tabla 5 Relación de los dos Constructos (variables independientes) con la variable dependiente

Desempeño Exportador

Constructo con relación a la dependiente Alfa de Cronbach

Conocimiento del Mercado Meta 0.702

Procedimiento de Exportación 0.285

Fuente: Elaboración propia

5.- Conclusión

El propósito de este trabajo es determinar el impacto del Conocimiento del Mercado Meta y el Procedimiento de Exportación en el Desempeño Exportador de las PYMES manufactureras de Nuevo León, un análisis preliminar, considerando lo anterior se realizó un amplio marco teórico para elaborar un instrumento que sustente los factores mencionados.

El desempeño exportado puede ser visto como la generación de ganancias en las empresas, la estabilidad y crecimiento para los gobernantes y bienestar social para la sociedad en general, de acuerdo con la teoría de crecimiento de Penrose (1962). A su vez el Dunning (1988) establece que el Conocimiento del Mercado Meta, es una ventaja intangible que proporciona beneficios a quienes lo tienen por ello las empresas deben obtenerlo.

En cuanto al Procedimiento de Exportación (Suárez-Ortega, 2003), además de ser las actividades para llevar el intercambio comercial internacionalmente, son principios estratégicos para la exportación e introducción en nuevos mercados. Los resultados de esta investigación muestran que el constructo de Conocimiento del Mercado Meta el ítem IIACMM2 no es aceptable para esta variable; para el constructo de Procedimiento de Exportación los ítems tienen una validez aceptable; los ítems para el constructo de Desempeño Exportador mostraron ser válidos. La relación que tienen los constructos independientes con la dependiente, mostró que el

Conocimiento del Mercado Meta tiene un impacto significativo en el Desempeño Exportador en relación con el Procedimiento de Exportación. Finalmente la construcción de las variables es confiable para la recopilación de datos. La contribución de esta investigación preliminar es la validación de constructos a través de valores estadísticos como el Alfa de Cronbach, obteniendo información por medio de una encuesta, la cual fue elaborada de acuerdo a la literatura revisada previamente.

En el constructo de Conocimiento del Mercado Meta de los cinco ítems se quitará solamente el IIACMM2, y en el Procedimiento de Exportación los tres ítems fueron aceptados. En referencia al constructo de Desempeño Exportador, se utilizaron 2 ítems y se aprobaron. Estos resultados le dan validez al instrumento que era una de las principales prioridades de este trabajo.

En segundo lugar contestando a la hipótesis de esta investigación, está no se cumple debido a que no existió una relación directa entre todos los constructos. Sin embargo se observó que el constructo de Conocimiento del Mercado Meta tiene un impacto significativo, para el Desempeño Exportador en las PYMES manufactureras de Nuevo León. Por lo que se puede concluir que el instrumento requiere modificaciones en la relación que existe entre la variable de independiente (Procedimiento de Exportación) con la dependiente (Desempeño Exportador).

Bibliografía

Banco Bice. (2003). Guía del Exportador. Recuperado el 26 de Mayo de 2014, de http://www.facso.unsj.edu.ar/catedras/ciencias-economicas/comercializacion_internacional/documentos/guiabice.pdf

M. Blanco, H. Romo, J. Cruz y F. Jardines. 2013. Exploring Global Competence Of Mexicans and Americans Managers Working In A Multicultural Environment *Journal of International Management Studies* 13 (4): pp.113-126, ISSN 1930-6105

Barker, A. T., & Kaynak, E. (1992). An Empirical Investigation of the Differences between Initiating and Continuing Exporters. *European Journal of Marketing*, 3(26), 27-36.

Bauerschmidt, A., Sullivan, D., & Gillespie, K. (1985). Common Factors Underlying Barriers to Export: A Comparative Study in the US Paper Industry. *Journal of International Business Studies*, 3(16), 111-123.

Cruz, R. (2009). Innovación en servicios de telecomunicaciones a través de la gestión del conocimiento. San Nicolás de los Garza, Nuevo León: UANL.

Data Nuevo León. (Diciembre de 2012). Data Nuevo León - Gobierno del Estado de Nuevo León, México. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de <http://www.nl.gob.mx/?P=datanl>

Diamantopoulos, A., & Schlegelmilch, B. B. (1990). Export Marketing Research in Practice: A Comparison of User and Non-user. *Journal of Marketing Management*, 257-73.

Dunning, J. H. (1988). The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. *Journal of International Business Studies*, 2-31.

Félix Mendoza, A. (2005). Efecto de la eliminación de la exención del impuesto al activo en la industria maquiladora de exportación. Recuperado el 26 de Mayo de 2014, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lec/felix_m_a/

Gómez Martínez, A., García Pérez de Lema, D., & Marín Hernández, S. (2009). Restricciones a la financiación de la PYME en México: una aproximación empírica. *Análisis Económico*, XXIV(57), 217-238.

- INEGI. (2005). Industria Manufacturera. Recuperado el 15 de Abril de 2014, de <http://cuentame.inegi.gob.mx/impresion/economia/manufacturera.aspb>
- INEGI. (10 de Diciembre de 2014). Censos Económicos 2014. Recuperado el 17 de Marzo de 2015, de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/>
- INEGI. (2014). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Recuperado el 23 de Febrero de 2015, de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>
- INEGI. (12 de Septiembre de 2014). Producto Interno Bruto. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/cuadrosestadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=783&c=24468>
- Jiménez, I. (2007). Determinantes para la internacionalización de las Pymes mexicanas. *Análisis Económico*, XXII(49), 111-132.
- Karafakioglu, M. (1986). Export Activities of Turkish Manufacturers. *International Marketing Review*, 4(3), 34-43.
- Katsikeas, C., Leonidou, L., & Morgan, N. (2000). Firm-Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation, and Developmet. *Journal of the Academy of Marketing Science.*, 28(4), 493-511.
- Kaynak, E., Ghauri, P. N., & Olofsson-Bredenlöv, T. (1987). Export Behavior of Small Swedish Firms. *Journal of Small Business Management*, 2(25), 26-32.
- Kedia, B. L., & Chhokar, J. (1986). Factors Inhibiting Export Performance of Firms: An Empirical Investigation. *Management International Review*, 4(26), 33-43.
- Keng, K. A., & Juan, T. S. (1989). Differences between Small and Medium-sized Exporting and Non-exporting Firms: Nature or Nurture. *International Marketing Review*, 4(6), 27-40.

- Penrose, E. (1962). *Teoría del Crecimiento de la Empresa*. Madrid: Aguilar.
- PROMEXICO. (2013). *PyMES, eslabón fundamental para el crecimiento en México*. Recuperado el 28 de Marzo de 2014, de <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>
- Rabino, S. (1980). An Examination of Barriers to Exporting Encountered by Small Manufacturing Companies. *Management International Review*, 1(20), 67-73.
- Ramaswami, S. N., & Yang, Y. (1990). Perceived Barriers to Exporting and Export Assistance Requirements. En S. Cavusgil, & C. M.R., *International Perspectives on Trade Promotion and Assistance* (págs. 187-206). Westport: Quorum Books.
- SE.PROMEXICO. (Enero de 2014). *Perfil de Nuevo León*. Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de http://mim.promexico.gob.mx/Documentos/PDF/mim/FE_NLEON_vf.pdf
- Sharkey, T., Lim, J., & Kim, K. J. (1989). Export Development and Perceived Export Barriers: An Empirical Analysis of Small Firms. *Management International Review*, 2(29), 33-40.
- Sria. de Economía. (2015). *Secretaría de Economía - Nuevo León*. Recuperado el 23 de Febrero de 2015, de <http://www.economia.gob.mx/delegaciones-de-la-se/estatales/nuevo-leon#>
- Sria. Economía, d. M. (2010). *Secretaria de Economía - Contacto PYME*. Recuperado el 21 de Junio de 2011, de http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_Contacto_PyME
- Suárez-Ortega, S. (2003). Export Barriers. Insights from Small and Medium sized Firms. *International Small Bussiness Journal*, 21(4), 403-419.
- Treviño Ayala, M. E., Villalpando Cadena, P., Lozano Treviño, D. F., & Barragán Codina, J. N. (2011). Recomendaciones de Liderazgo para los Dueños de Pymes Familiares Exportadoras y no Exportadoras en Nuevo León. *Innovaciones de Negocios*, 8(16), 241-272.

Yang, Y. (1988). An Export Behavior Model of Small Firms: Identifying Potential and Latent Exporters among Small and Medium Manufacturers PhD thesis. USA: University Microfilms International (UMI).



REVISIÓN TEÓRICA DE LOS FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO QUE INFLUYEN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTOS PROCESADOS

Autores:

Georgina Parra Irineo
geopa64@hotmail.com

Luis Enrique Ibarra Morales
luisim00@hotmail.com
UNIVERSIDAD ESTATAL DE SONORA

Juan Patricio Galindo Mora
patricio.galindom@hotmail.com

Jorge Gpe. Treviño Montemayor
jorge.treviñom@uanl.edu.mx
Nacionalidad de los autores: Mexicana

Fecha de envío: 23/Abril/2015

Fecha de aceptación: 06/Mayo 2015

RESUMEN

La industria de los alimentos procesados es un sector clave para el crecimiento económico del país, debido a la gran capacidad productiva que la coloca como una de las más significativas para el sector manufacturero en México. El suficiente abasto de materias primas y una mano de obra especializada hacen de la industria de alimentos procesados mexicanos un gran atractivo para atraer la inversión e incursionar en el exterior. Razón por la cual, el presente estudio trata de identificar de manera teórica los factores que desde los distintos enfoques teóricos más relevantes se consideran que tienen un impacto significativo en la internacionalización de las empresas exportadoras de alimentos procesados, y así, aumentar el conocimiento que se tiene acerca del fenómeno.

Palabras Claves: Alimentos procesados, factores críticos, industria, internacionalización.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el comercio internacional se ha facilitado gracias a los tratados de libre comercio, lo que ha permitido que sea más fácil acceder a mercados exteriores. Sin embargo, Iniciar un proceso de internacionalización supone para las empresas afrontar un reto considerable, pues han de situarse en un entorno altamente competitivo en el que será necesario perseguir constantemente una ventaja competitiva que le permita mantenerse en el mismo.

Como lo señala Hidalgo y Díaz Balart, (2002), “ *Las empresas que toman la decisión de iniciar actividades de exportación y que esperan crecer en los mercados de destino, deben enfrentarse a un entorno complejo caracterizado no solo por una intensa y fuerte competencia de organizaciones empresariales sino también por aspectos tales como los rápidos y numerosos cambios que se producen en las tecnologías, la creciente globalización económica que incrementa la competitividad y determinados activos intangibles como son el conocimiento y la información que añaden mayor valor a los productos y servicios y que constituyen una fuente esencial para generar ventajas competitivas en los mercados exteriores.*” (p. 37-42).

En México, la industria de alimentos procesados ha reportado un crecimiento significativo en los últimos años, principalmente debido a su productividad y la disponibilidad de insumos, así como la solidez macroeconómica del país, la competitividad para atraer la inversión y la capacidad de producción por ser una plataforma de exportación a más de 40 países con los que tienen acuerdos comerciales.

Las actividades de la industria alimentaria (De acuerdo al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, se consideró el código 311 Food Industry.) consisten en la manufactura y procesamiento de una variedad de alimentos provenientes del sector agropecuario como carne, pescado, frutas y vegetales, granos y semillas, etc. Las compañías en este sector elaboran productos intermedios como botanas, confitería con y sin cacao, productos a base de granos molidos, sazónadores y aderezos, cereales para desayuno, galletas, café, té, grasas y aceites, azúcares, productos horneados, lácteos, etc. En 2013 la producción de alimentos procesados en México fue de 135,293 millones de dólares, lo cual significó un crecimiento de 4% respecto al 2012. La industria de alimentos procesados representó 12% del PIB manufacturero y el 4% del

PIB Total. (Pro México con base en INEGI y Global Insight. 2013). El principal destino de las exportaciones de México fue EE. UU., con el 70% del total de las exportaciones, seguido de Japón con 6%, Guatemala 2% y Venezuela 2%. (Global Trade Atlas 2013).

La inversión en México se ha incrementado gracias a la competitividad de costos del país en comparación con otros países, a su ubicación geográfica y una mano de obra especializada. En el 2012, la Inversión extranjera directa (IED) resumió 185 millones de dólares, alcanzando un valor acumulado de 22,4 millones de dólares durante el período 2002-2012. (Pro México SE 2013).

Los puntos fuertes de la industria en México son:

- Mano de obra calificada: Según las estimaciones del CONACyT, 111.400 estudiantes de ingeniería y tecnología se graduaron en México en 2012. Las asociaciones entre la industria y el mundo académico permiten la integración continua de nuevas tecnologías para la cadena de producción de alimentos. Cerca de 20.000 estudiantes de educación superior en México están inscritos en programas de ingeniería y tecnología de alimentos agroindustriales.
- Costos competitivos: De acuerdo con los EE.UU. Manufacturing Index - Outsourcing de Alix Partners (2011), México es el país más competitivo en términos de costos de producción, que son aproximadamente un 21 % más bajo que en los Estados Unidos, un 11% más bajos que en China y 3 % más bajo que en la India. En cuanto a la industria de alimentos procesados, México ofrece 14,1 % de ahorro en los costos de fabricación en comparación con los Estados Unidos. (BANCOMEXT, 2012.)

Finalmente, la importancia de la industria de alimentos procesados radica en su dinamismo ya que se prevé siga creciendo en los próximos años por lo tanto es necesario que las empresas mexicanas busquen cumplir con la normatividad internacional para poder llegar a más mercados ya que se han detectado demandas reales por los alimentos procesados mexicanos, aquí es donde radica la oportunidad, existe ya un oferta exportable de calidad que deberá apostar por la internacionalización.

MARCO TEORICO

El marco teórico de una investigación se presenta en un modelo cognitivo que comprende un conjunto de conceptos, variables y sus interrelaciones, las cuales tratan de representar el objeto de estudio, por lo que en el presente capítulo se expondrá el marco teórico en el que se basa la investigación sobre la relación entre la selección del mercado meta, la utilización de una estrategias de entrada al mercado internacional, el conocimiento del valor del mercado meta, la Capacidad y Habilidades gerenciales, la capacidad instalada de la empresa, los apoyos a la exportación por parte del gobierno Mexicano y su influencia en la internacionalización de las empresas del sector de alimentos procesados. Tomando como referencia la literatura existente, se tratara de explicar y justificar el modelo que se propone para estudiar estas relaciones, así como el planteamiento de la hipótesis que se formuló para esta investigación.

Desarrollo Conceptual del Marco Teórico.

Toda vez desarrollado un producto competitivo que reúna las características necesarias que lo conviertan en una opción viable de compra para los clientes y/o consumidores en otros mercados es momento de exportar. Por otra parte, cuando la empresa haya comprobado que tiene capacidad para exportar, será el momento de buscar otros destinos y diversificar las ventas con el fin de capitalizar las oportunidades de negocio que ofrecen otros mercados.

Para ser un exportador exitoso Lerma (2006) enumera cinco factores cruciales:

1. Contar con los productos o servicios que sean exportables, es decir productos bien desarrollados.
2. Seleccionar el o los mercados meta donde esa producción exportable pueda tener éxito, y que se obtenga de la investigación producto – mercado.
3. Promover y gestionar ventas utilizando los mecanismos aplicables a cada situación.
4. Identificar los medios de comunicación para la promoción del producto.
5. Desarrollar la logística necesaria para hacer llegar el producto o servicio al cliente en el exterior y obtener el pago correspondiente.

Los mercados meta atractivos, por lo general, corresponden a aquellos países respecto a los cuales la empresa posee alguna ventaja competitiva.

Qué son los factores críticos de éxito?

Los Factores de Éxito representan las condiciones externas e internas que necesitan ser atendidas frecuente y cautelosamente por parte de los altos ejecutivos. Estos factores fijan las métricas del uso en el control operacional y la planeación estratégica. (Luck, 1996).

Rockart (1982), define a los factores críticos de éxito como: *“las áreas clave en las que son absolutamente necesarios los resultados favorables para que un gerente en particular alcance sus metas”*. Similar a esta definición, pero más simple, Grant (1996), definen a los factores críticos de éxito como: *“los elementos que hacen que una empresa sea exitoso”*.

Por otro lado Eberhagen y Naseroladl, (1992) definen a los factores críticos de éxito como *“aquellas pocas variables que afectan a un administrador para alcanzar sus metas en su actual o futuras áreas de actividad”*.

Así la forma de alcanzar el éxito en esas actividades puede ser el proceso de exportación como elemento clave no solo para la mejora del desempeño global de la empresa, sino también para mejorar la fortaleza económica de los países ya que contribuye a mejorar la balanza comercial, la creación de empleo y el crecimiento económico (Czinkonta y Ronkainen, 1998).

En el contexto mexicano, Lerma (2006) destaca que los Estados Unidos suelen ser la primera y muchas veces la única opción en la mente de los empresarios mexicanos que desean exportar; esto es natural y lógico porque el mercado de ese país es el más importante del mundo con un ingreso per cápita y poder de compra más de diez veces mayor que el promedio mexicano, además de ser el más cercano geográficamente.

Sin embargo, para las empresas que se inician en el comercio exterior es conveniente comprobar las oportunidades y ventajas que ofrecen los mercados exteriores ya que la exportación implica el que se amplíe la capacidad productiva instalada y que ésta se respalde por expectativas de venta estables, por razones de seguridad, de rentabilidad y de pleno empleo de los recursos productivos para minimizar riesgos.

La Internacionalización de las empresas.

El término internacionalización recibió en gran parte su forma actual, de Kindleberger, al exponer su teoría sobre la gran empresa, que se fundamenta en la de un derecho de monopolio sobre cinco clases de activos específicos: acceso a la tecnología, conocimientos de gestión en

equipo, economías de escala en los centros de producción, mejores ideas de comercialización y marcas generalmente bien conocidas. (Kindleberger, C.P., 1969).

La internacionalización de las empresas es un tema de gran relevancia para las organizaciones, ya que puede ser percibida como un proceso estratégico continuo de muchas empresas (Melin, 1992). Ahora bien, los negocios internacionales no se limitan a las gigantescas compañías multinacionales, hay muchos negocios pequeños que también se encuentran en este mercado internacional ya que hoy se vive dentro de un sistema de negocios globalmente integrado.

A diferencia de lo que sucede en la práctica de los negocios regionales o nacionales, existe una aceptación generalizada acerca del papel de la cultura cuando se trata de introducir productos en mercados externos. El logro del objetivo fundamental de las organizaciones de conquistar y conservar mercados sin importar las fronteras, está influenciado directamente por la cultura y sus manifestaciones cotidianas. (Paramo, D. 2010).

El proceso de internacionalización: aspectos generales

El proceso de internacionalización se definirá como un conjunto de actividades que la empresa desarrolla fuera de los mercados que constituyen su entorno geográfico natural. (Sistema de información Empresarial de Canarias 2015.)

El proceso de internacionalización de la empresa viene siendo estudiado históricamente, desde muy diversas perspectivas, destacándose entre ellas dos grandes enfoques: el económico o racional y el enfoque secuencial. Dentro del enfoque económico, las dos teorías más reconocidas otorgan un papel protagonista a los costos de transacción que se derivan de la movilización de activos intangibles de la empresa por encima de las fronteras nacionales. En un caso, la teoría de la internalización, para erigir sobre ellos la explicación del fenómeno inversor; en otro, la aproximación ecléctica, para integrarlos en una consideración agregada de los diversos aspectos parciales implicados en la decisión internacionalizada. Respecto al modelo secuencial, cabe distinguir dos corrientes: el modelo de Uppsala y el enfoque de innovación. (Lugo, 2007).

Con relación al primer enfoque (teoría de internalización) está referido a las ventajas en propiedad que a su vez se sustenta en el hecho de que la posesión de activos de naturaleza intangible o inmaterial y las imperfecciones existentes en el mercado para estos activos provocan la existencia de unos elevados costos de transacción.

El segundo intento de construir una teoría general acerca de la internacionalización proviene de una opción más pragmática: la que resulta de agregar los diversos elementos considerados, en los

enfoques parciales previamente existentes. En concreto, son tres los factores que se consideran necesarios para explicar la capacidad y disposición de la empresa a internacionalizarse. (Lugo, 2007).

- La empresa debe tener alguna ventaja sobre sus competidoras del país receptor para contrarrestar los inconvenientes de producir en un medio poco conocido. Estas ventajas, denominadas “*ownership advantages*”, pueden venir dadas por la existencia de economías de escala y de conocimientos específicos de tipo tecnológico y de capacidad de dirección y gestión empresarial -comercialización y distribución de bienes y servicios, capacidad organizativa y directiva, capacidad para crear nuevas tecnología- y posesión de recursos y activos en general, generadores de ingresos.
- Debe ser más beneficioso para la empresa internalizar las ventajas anteriormente mencionadas mediante la Inversión Exterior Directa que externalizarlas a través de la venta de patentes o licencias a otras empresas. Este tipo de ventajas se denomina “*internalization advantages*” y puede generarse por las imperfecciones en los mercados de bienes y de inputs productivos, que dificultan la fijación de precios para los mismos, por el deseo de ocultar información específica sobre un determinado producto, proteger su calidad, o evitar la intervención pública en forma de aranceles, impuestos, etc.
- El mercado de destino de la inversión debe poseer algún factor de localización -“*locatic advantages*”- propio tal que, asociándolo con la ventaja específica de la empresa inversora ésta prefiera invertir versus exportar. Estos factores de localización pueden basarse en elementos de costo o en factores relativos a la demanda. En el primer caso, tanto el costo, como la disponibilidad y abundancia de recursos naturales y factores productivos, serán las variables a tener en cuenta. Con respecto a los factores relativos al mercado, el nivel de demanda actual y potencial, las políticas gubernamentales, el grado de rivalidad existente, la existencia de barreras comercio o la inestabilidad política, serán, entre otros, los elementos a considerar.

El estudio de una serie de empresas multinacionales europeas, particularmente nórdicas, condujo a algunos autores, agrupados en torno a la escuela de Uppsala, a atribuir el proceso de internacionalización una naturaleza fundamentalmente evolutiva: la empresa asciende a niveles superiores de compromiso internacional, tras asentarse y acumular experiencia en los tramos previos. (Lugo, 2007).

Dentro de los enfoques agrupados bajo la perspectiva de proceso se incluye el modelo del proceso de internacionalización de la escuela de Uppsala se centra en describir cómo las empresas a medida que van aumentando el conocimiento sobre los mercados exteriores, irán incrementando sus recursos comprometidos en los mismos.

El modelo de UPPSALA / Escuela nórdica. El modelo predice que la empresa incrementará de forma gradual sus recursos comprometidos en un país concreto a medida que vaya adquiriendo experiencia de las actividades que se realizan en dicho mercado (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975).

El desarrollo de la actividad en el exterior tendría lugar a lo largo de una serie de etapas sucesivas que representarían un grado cada vez mayor de implicación por parte de la empresa en sus operaciones internacionales (Rialp, 1999). Dicha teoría de las fases de desarrollo establece que la empresa, cuando quiere entrar en un mercado extranjero determinado, pasa por cuatro etapas diferentes, lo que para los autores constituye la denominada cadena de establecimiento. En concreto, se definía esta cadena en las siguientes cuatro etapas:

- 1) actividades esporádicas o no regulares de exportación;
- 2) exportaciones a través de representantes independientes;
- 3) establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero;
- 4) establecimiento de unidades productivas en el país extranjero.

Como se puede observar, cada etapa corresponde a un mayor grado de implicación internacional de la empresa en ese mercado, tanto en lo que se refiere a recursos comprometidos como en lo que respecta a la experiencia e información que tiene la empresa sobre el mercado exterior, y representa un modo de entrada diferente (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975).

Johanson y Wiedersheim fueron los primeros autores en reconocer que la ausencia de recursos y de conocimientos sobre los mercados exteriores, generaba un nivel de incertidumbre que sólo podía ser reducido a través de la toma incremental de decisión, es decir, de una serie de pasos acumulativos a lo largo del tiempo, que debido al aprendizaje de la organización van gestando un compromiso internacional cada vez mayor. Se constituía así el primer modelo del proceso de internacionalización que ofrecía un cierto carácter dinamizador al incluir el *feed-back* en forma de aprendizaje. Este modelo de toma de decisiones se expresa como una “cadena de entrada” que representa una expansión progresiva de las operaciones de exportador no regular a exportador

vía agente, a subsidiaria de ventas, para terminar en subsidiarias de producción. (Johanson J.; Wiedershein P, 1975, p.322.)

Variables independientes

Selección del País de destino.

El paso de seleccionar el país de destino de las exportaciones, inversiones o productos es una decisión que la empresa deberá tomar antes de decidir qué modo de entrada utilizar. (Johanson y Vahlne, 1993).

En la literatura de la mercadotecnia se ha desarrollado una inmensa variedad de metodologías para la determinación de mercados. Muchas de estas técnicas pueden ser bastante sofisticadas. A continuación se describe la idea general de una herramienta popular sin entrar en detalles técnicos desarrollada por Kotabe y Helsen (2002), que lleva por nombre “análisis de grupos”.

Kotabe y Helsen (2002), señalan que las compañías generalmente realizan una selección (tamiz) preliminar de países antes de identificar oportunidades de mercado atractivas y claras para su producto o servicio. Para la selección preliminar se clasifica a los países prospectos bajo una sola dimensión (por ejemplo producto nacional bruto per cápita) o bajo un conjunto de múltiples criterios socioeconómicos, políticos y culturales disponibles a partir de fuentes de datos secundarias. Las características de los países a nivel macro pueden incluir entre varias: población, importaciones, exportaciones, Producto Nacional Bruto, índice de precios al consumidor, estabilidad política, etc. Una vez realizada la clasificación se procede a asignar valores a las variables de criterios para simplemente obtener una calificación representativa de cada país y obtener así al mayormente atractivo.

Llegando a este punto es importante considerar que, según los datos aportados por Papadopoulos, Chen y Thomas (2002), existen diferentes estudios que han intentado establecer un modelo de selección de mercados exteriores, pero todos tienen alguna limitación o problema que para las empresas se vuelve poco atractivo. Ninguno de ellos combina las características de aplicarse a un sector específico, ser generalizable, relativamente sencillo de aplicar, estratégico, que refleje la demanda total de la empresa y además, validado empíricamente. Una revisión de la literatura permite destacar que son varios los modelos que se han desarrollado para explicar la selección de mercados exteriores, no obstante, solo uno, el de Papadopoulos et al. (2002), puede ser considerado un marco conceptual completo de los factores que influyen en la selección de mercados exteriores.

La cultura se ha convertido en uno de los principales obstáculos para estandarizar las decisiones y los procesos en las empresas multinacionales, es una barrera que a veces es imposible de librar. La idea de la estandarización está limitada por la influencia de la cultura (Shoham, 1995).

Para ello se requiere que la unidad administrativa encargada de los negocios internacionales someta a sus profesionales a un lento y cuidadoso proceso de Aculturación, que les garantice ir aprendiendo sobre la realidad de los mercados con los que se relacionan. La idea de que típicamente la mayor parte de los mercados tiene significativas diferencias culturales de acuerdo a (Martenson, 1987) ha sido ampliamente generalizado y de conformidad con ello, el conocimiento e interpretación adecuados de cada una de las culturas se convierte en un imperativo organizacional.

Utilización de una estrategia de entrada al mercado internacional

Cuando una empresa decide transferir productos o servicios más allá de sus fronteras, entonces tendrá que seleccionar dónde y con quién cerrará dichas transacciones internacionales. Además la empresa deberá seleccionar cómo desea cerrar la transacción, lo que implica decidir el modo de entrada en los mercados exteriores. (Andersen, 1997; Bradley, 1995).

El modo de ingreso de una empresa a un país extranjero depende de diferentes factores, como las ventajas de propiedad de la empresa, las ventajas de ubicación del mercado y las ventajas de internacionalización que surgen de las transacciones de integración dentro de la empresa. (Daniels, 2004)

- Las ventajas de propiedad de la empresa son los activos específicos, la experiencia internacional y la capacidad para desarrollar productos diferenciados.
- Las ventajas de ubicación del mercado son una combinación del potencial del mercado (su tamaño y potencial de crecimiento) y el riesgo de inversión.
- Las ventajas de internacionalización son los beneficios de tener habilidades o activos específicos dentro de la empresa e integrarlos a sus actividades, en oposición a cederlos en licencia o venderlos.

Las empresas que tienen niveles bajos de ventajas de propiedad no ingresan a los mercados extranjeros o usan estrategias de riesgo bajo, como la exportación. Las exportaciones ocurren por varias buenas razones. Una empresa puede exportar bienes y servicios a empresas relacionadas como sucursales o subsidiarias, o puede exportar a clientes independientes.

En ocasiones, una empresa exporta bienes finales a sus empresas relacionadas que están en el extranjero, las que a su vez venden los bienes a los consumidores. En otras ocasiones, una empresa exporta bienes semiacabados que utilizan sus empresas relacionadas en el proceso de manufactura. No obstante, en muchos casos, la venta es a una empresa no relacionada y el exportador puede vender directamente al comprador o indirectamente a través de un intermediario. (Daniels, 2004).

La selección del modo de entrada en los mercados exteriores es una decisión clave en la estrategia de internacionalización de la empresa. Cuando una empresa adquiere el compromiso de volverse internacional debe escoger una estrategia de entrada. Esta decisión debe reflejar un análisis del potencial del mercado, las capacidades de la empresa y el grado de involucramiento y compromiso con el marketing internacional puede ir desde una inversión mínima con exportaciones indirectas no frecuentes hasta grandes inversiones de capital y de administración en un esfuerzo por capturar y mantener permanentemente una porción específica de los mercados mundiales. Cualquiera de estos enfoques puede ser redituable, dependiendo de los objetivos de la empresa y de las características del mercado. (Philip R. Cateora, 2001).

Conocimiento del valor del mercado meta

Junto con la elección del modo de entrada, la selección de los mercados exteriores en los que operara es la decisión más importante en la internacionalización de las empresas. La selección de un país compromete a la empresa a operar en un terreno determinado, lo que establece los cimientos para su futura expansión internacional. Esto, indica las intenciones de la empresa con respecto a los competidores principales y determina las bases para futuras batallas competitivas. La saturación de los mercados domésticos, el número creciente de competidores que se posicionan en mercados exteriores de una forma contundente y la erosión de la cuota de mercado en mercados domésticos seguros, hace que la selección de mercados exteriores se convierta en una decisión determinante en la internacionalización de las empresas. (Douglas y Craig, 1992).

A pesar de la importancia de la decisión inicial de entrar en mercados exteriores, se conoce poco sobre el proceso real por el cual las empresas identifican dichos mercados y sus clientes específicos dentro de los mismos. A continuación se describen algunos factores relativos al mercado que se deben considerar para conocer el valor del mercado meta en el que se desea incursionar.

Turbulencia del mercado. Un mercado se denomina turbulento cuando, por una parte, se producen en él variaciones en su composición física, que no tienen que asociarse necesariamente con incrementos o disminuciones de su tamaño, en las preferencias de quienes lo integran, en las actuaciones de quienes lo intentan satisfacer o en las características de los restantes factores que lo condicionan. Esta primera fuente de turbulencia se denomina dinamismo del mercado. Por otra parte, también denominamos mercado turbulento a aquél que se encuentra rodeado de incógnitas en lo que respecta a su futuro más o menos inmediato, estaríamos ante una segunda fuente de turbulencia denominada incertidumbre del mercado. (Martín A. J., 2003.)

Crecimiento del mercado. Kohli y Jaworski (1990) se han referido al crecimiento del mercado como factor moderador de la relación que estamos analizando. Bajo su punto de vista, a medida que la demanda global de un sector aumente considerablemente, las empresas tendrán más facilidad para nutrirse de dicho crecimiento pues disminuirá la intensidad competitiva, de modo que el nexo orientación al mercado-resultado quedará mitigado. Sin embargo, en mercados con bajos niveles de crecimiento la organización deberá tener perfectamente claro el camino para satisfacer las necesidades de los consumidores, generando mayor valor que los competidores. La orientación al mercado es más valiosa para alcanzar resultados positivos y la intensidad de la relación orientación al mercado-resultado es mucho más fuerte en este segundo caso (Slater y Narver, 1994a), proposición que es contrastada empíricamente por los autores utilizando como medida de los resultados el incremento de las ventas.

Poder del comprador. Entendemos por poder del comprador el grado en el cual un comprador puede negociar precios más bajos, o un valor recibido mayor, con el vendedor (Narver y Slater, 1990). Cuanto mayor es el poder de negociación de los compradores, mayor es su posibilidad de ejercer presión sobre los precios o de exigir mayores niveles de calidad o servicio. Ante esta situación, la empresa se ve obligada a generar una oferta que satisfaga plenamente las exigencias de valor de sus compradores, por tanto, se puede decir que, cuanto mayor sea el poder del comprador, más valiosa será la orientación al mercado de la empresa, aspecto que ha sido corroborado empíricamente por Gounaris y Avlonitis (1997) y Avlonitis y Gounaris (1999).

Capacidad y habilidades gerenciales.

El ITC (Centro de Comercio Internacional) y otras organizaciones de promoción comercial han apoyado ampliamente a los países en desarrollo brindándoles asistencia técnica con el fin de generar capacidad gerencial para la promoción y el desarrollo de las exportaciones, sin embargo

existen otras iniciativas que son necesarias para generar capacidad gerencial en las empresas. En materia de política se registran varias opciones que impulsan la capacidad gerencial, por ejemplo las adoptadas para la instalación de la industria automotriz en México y en Corea del Sur, como lo subraya la UNCTAD (1996, p.56).

La capacidad gerencial para exportar por medio de empresas mercantiles establecidas en el propio país no es la misma que requiere una empresa que desea invertir en un mercado extranjero con miras a establecer un sistema de distribución para sus productos. Partiendo de la base que la inversión directa en el exterior puede ser un elemento fundamental para fortalecer la competitividad de las empresas orientadas a la exportación, deberían entonces alentarse aquellas actividades de promoción y desarrollo de exportaciones de manera tal que las empresas exportadoras se familiaricen totalmente con las diversas formas de realizar operaciones de inversión en el exterior. Para que las actividades de promoción y desarrollo de las exportaciones puedan producir un mayor impacto en el proceso de expansión y mejora de las exportaciones en los países en desarrollo, es necesario que se consideren integralmente todos los elementos que contribuyen al fortalecimiento de la competitividad de las empresas dentro de una economía global. (López B., R. 1999).

Habilidades gerenciales. Quizá uno de los factores más condicionantes de la expansión de las exportaciones en una firma es el tipo de visión, actitud, interés, y convencimiento de sus propietarios respecto a la importancia estratégica de la exportación. Sin una verdadera definición estratégica por parte de ellos, la expansión internacional sería muy difícil (Simmonds, 1968). Es de esta forma como emprendedores con creatividad e imaginación serán capaces de soñar con nuevas actividades empresariales y podrán incursionar en nuevas aventuras a nivel internacional. El no disponer de estas habilidades podría destinar a la firma a permanecer eternamente en los mercados locales. La concentración total en el desarrollo de las actividades cotidianas y la dedicación absoluta a resolver los problemas y operaciones convencionales de la organización, no permiten que los emprendedores evalúen nuevas alternativas estratégicas de desarrollo, como la incursión en nuevos mercados fuera del país mediante la exportación de sus productos y servicios.

Capacidad instalada de la empresa

Como capacidad se define generalmente la tasa máxima disponible de producción o de conversión por unidad de tiempo. Se suele confundir con mucha frecuencia los conceptos de

capacidad y volumen. Volumen es la tasa real de producción en una unidad de tiempo; mientras que capacidades la tasa máxima de producción.

La Capacidad Instalada es el volumen de producción obtenido en un determinado periodo de una actividad, se lo conoce como capacidad instalada y está relacionada estrechamente con las inversiones realizadas. Esto depende de los bienes de capital que la industria posee y determina por lo tanto su oferta existente en el momento requerido. Las capacidades instaladas no siempre se utilizan normalmente, algunos de sus bienes son empleados limitadamente, ya que su capacidad puede ser superior en relación a otros bienes de capital que interviene en la producción de un bien determinado. El dinamismo, la competencia y la sobre oferta generan épocas de recesión, las que inciden en la capacidad instalada utilizada, al disminuir su uso; al no utilizarla eficientemente por falta de órdenes de producción. Cárdenas, E. (2006)

Apoyos del gobierno a la exportación

El Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. (Bancomext) tiene por objeto contribuir al desarrollo y generación de empleo en México, por medio del financiamiento al comercio exterior mexicano.

Bancomext se fundó en 1937 y opera mediante el otorgamiento de créditos y garantías, de forma directa o mediante la banca comercial y los intermediarios financieros no bancarios, a fin de que las empresas mexicanas aumenten su productividad y competitividad. Las empresas mexicanas que internacionalizan sus productos o servicios suman valor al comercio exterior mexicano y a la integración de México en la economía global.

¿A quiénes financiamos?

Empresas mexicanas con potencial de internacionalización: Personas físicas con actividad empresarial o empresas establecidas en México que son candidatas a tener un área comercial o productiva en el extranjero para comercializar sus productos o servicios.

Empresas mexicanas con internacionalización: Personas físicas con actividad empresarial o empresas establecidas en México que son candidatas a tener un área comercial o productiva en el extranjero para comercializar sus productos o servicios. Objetivos:

- Promover a las empresas mexicanas en su internacionalización con financiamiento complementario a sus necesidades.

- Apoyar la operación de empresas mexicanas en el extranjero con financiamiento para inversión y con garantías para mejorar sus condiciones en concursos o licitaciones públicas internacionales.

Marco de referencia comercial

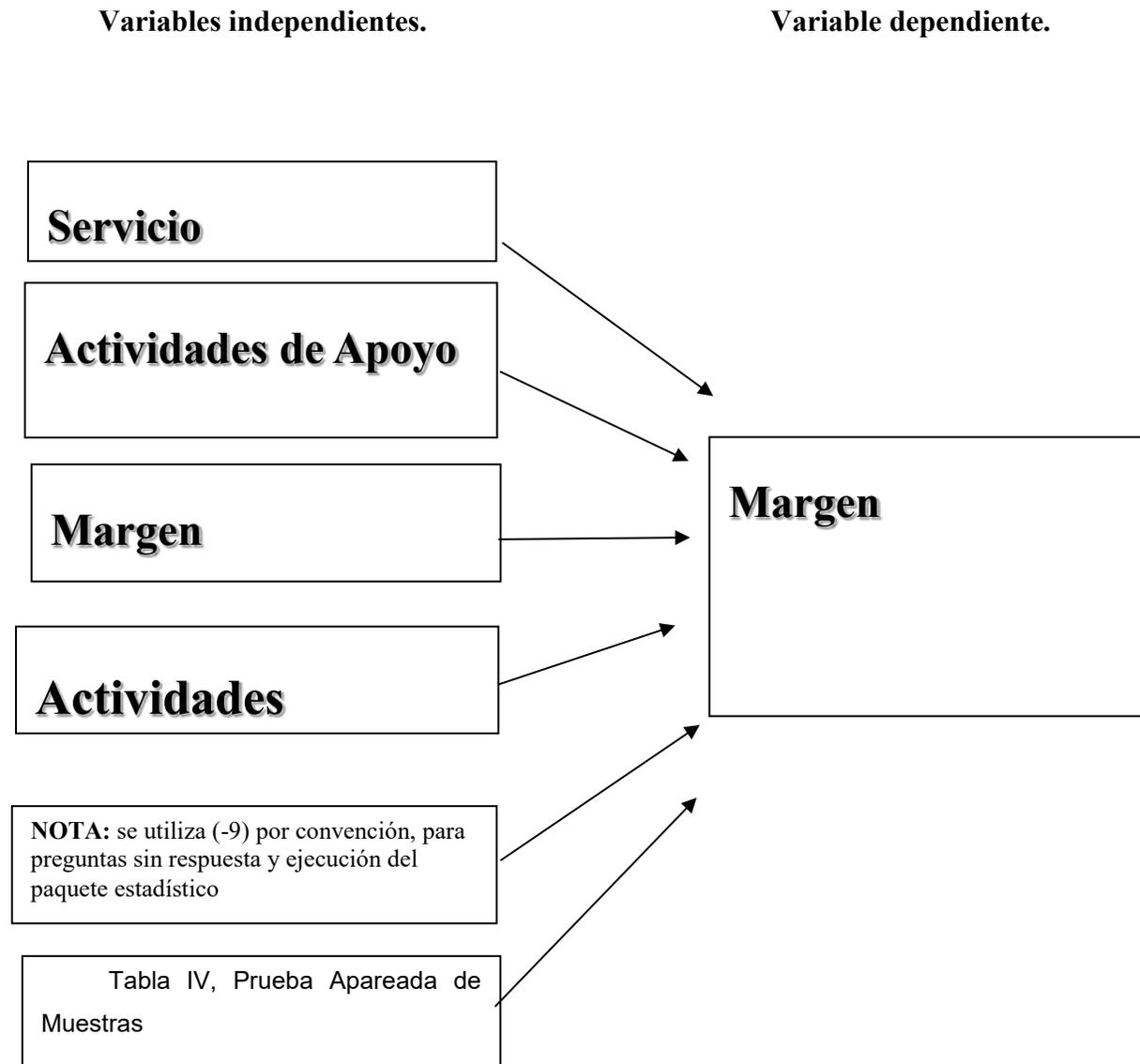
Tratados y Acuerdos firmados por México

México cuenta con una red de 12 Tratados de Libre Comercio con 45 países (TLCs), 30 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Además, México participa activamente en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y la ALADI.

México es el primer país con el mayor número de Tratados de Libre Comercio en el mundo. La red de Tratados de Libre Comercio de México con 45 países, en tres continentes, representa una oportunidad única para el comercio exterior y para la inversión, ya que abre una puerta de acceso a un mercado potencial de más de mil millones de consumidores, que representa dos terceras partes de las importaciones mundiales y 75 por ciento del PIB mundial. Los acuerdos comerciales firmados por México han creado un marco jurídico que ofrece certidumbre a los agentes económicos, incluyendo exportadores, inversionistas y consumidores.

MODELO GRAFICO



Fuente: Elaboración propia.

METODO

La metodología utilizada permitirá recoger datos pertinentes con la finalidad de llevar a cabo una propuesta con base a las experiencias obtenidas por las empresas que participen en el proyecto. Se trata de un ejercicio de evaluación, a fin de definir los factores que ayudan al acceso del mercado internacional y a desarrollar un proceso de internacionalización exitoso a las empresas del sector de alimentos procesados. También, será una excelente fuente de información las entrevistas que se realicen a los representantes de las organizaciones así como las conversaciones con los responsables de los diversos departamentos encargados de la comercialización y exportación de la empresa. Por lo que, la investigación pretende estudiar las acciones que han realizado las empresas exportadoras de alimentos elaborados y que factores han contribuido para lograr entrar al mercado internacional y ser más competitivo.

CONCLUSIÓN

Dentro de las orientaciones fundamentales de todos los países del mundo, se puede encontrar un factor común, todos desean alcanzar el desarrollo económico y social. A nivel internacional es claro que el mecanismo para lograrlo, es mediante el impulso y fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas, que no solo representan la mayor cantidad de instancias económicas, sino también son las mayores generadoras de empleos, y entendiendo los procesos de globalización en que se encuentran las Naciones, el desarrollo de las Pymes exportadoras debe considerarse como una indiscutible clave de éxito en los programas de crecimiento. En este trabajo se han revisado teóricamente los factores propuestos como factores críticos de éxito que influyen en la internacionalización de las empresas del sector de alimentos procesados. Posteriormente se realizara un trabajo de campo mediante un estudio de las empresas que serán seleccionadas de un marco muestral de 45 empresas del sector, registradas en el Directorio de exportadores en Sonora de la Secretaria de Economía. Se tomara una muestra representativa mediante un muestreo simple aleatorio. El estudio define y caracteriza a la pequeña y mediana empresa exportadora, considerando tanto a las firmas como a los emprendedores que las dirigen.

REFERENCIAS

Arroyo Venegas, Isabel Cristina. 2005. La Cultura y el proceso de Globalización en el desarrollo de las Pymes. Revista Universidad de Costa Rica: 1-15

- Buckley, P. y M. Casson (1999). "A theory of international operations". En: Chertman, J. y J. Leontiades. *European Research in International Business*. Ámsterdam: North Holland
- Cateora, P. R. (2001). *Marketing Internacional*. Mexico, D.F.: McGraw-Hill.
- Ceballos, P. A. (1997). *La Economía Mexicana en el Contexto de la Globalización*. Edita la Universidad Veracruzana, México.
- Czinkota Michael R. and Ronkainen Ilkka A. 1998. *International Marketing*, The Dryden Press.
- Daniels, J. (2004). *Negocios Internacionales*. México: Pearson Prentice Hall.
- Dunning, J. (1988) "The eclectic paradigm of international production: A restatement and some possible extentions". *Journal of International Business Studies*. Vol. 19 (1)
- Eberhagen, Nielas; Naseroladl, Manssur (1992). "Critical Success Factor. A survey". University of Váxjó.
- González-Salinas Rubén C., Blanco-Jiménez Mónica and Galindo-Mora, Patricio. (2014). *Organizational and Psychosocial Cultural Factors for Successful Investment by Foreign Companies in Mexico*. *The International Trade Journal*, Taylor & Francis Group, pp. 442-458. Vol. 28(5).
- Hidalgo Nuchera, Antonio y Diaz-Balart Fidel (2002), "Hacia la organización del futuro basada en el conocimiento", *Revista CEPADE*, febrero, nº 27, pp. 37-42.
- Kotabe, M. y Helsen, K. (2002). *Marketing Global Marketing*, Limusa Wiley. México.
- Jerma K., Alejandro (2006). *Comercio y Mercadotecnia Internacional*, cuarta edición, Thomson, México.
- Lugo Benítez, J.E.: "El proceso de internacionalización de las empresas en el mundo competitivo y globalizado actual" en *Contribuciones a la Economía*, junio 2007. Texto completo <http://www.eumed.net/ce/>. (Equipo de Investigación Universidad de Vigo, 2001, 37)
- Luck, S. (1996). "Success in Hong Kong: Factors self-reported by successful Small business owners". *Journal of Small Business Management*. Octubre. Vol. 34. No. 3, pp. 68-75.
- Martin, A.J., (2003). *Orientación al Mercado y Proceso de Internacionalización de las Empresas*. Departamento de Economía y Administración de Empresas Universidad de Málaga.
- Martenson, R. (1987). *Is Standardization of Marketing Feasible in Culture-bound Industries*
- Melin. (1992). *Internationalization as a strategy process*. *Strategic Management Journal*, 1992 - Wiley Online Library Neiva: Ed. Universidad Sur colombiana.
- Paramo, D. (2009). *Aspectos culturales de los mercados para la toma de decisiones internacionales*.
- Páramo, M. D. (2010). *Pensamiento y Gestión*, 29 Universidad del Norte, vii-x, 2010.
- Porter, M.E. (1980): *Competitive strategy. Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press, New York. (Existe versión en castellano: *Estrategia Competitiva*. CECSA. México, 1982).
- Rockart, John F. (1982). "The changing role of the information systems executives: A critical success factors perspective". *Sloan Management Review Association*.
- Simmonds, K., and Smith, H. 1968. "The First ExportOrder: A Marketing Innovation." *British Journal of Marketing*, Summer, pp 93-100. An interview study of nine UK exporting firms.
- Shoham, A. (1995). *Global Marketing Standardization*. *Journal of Global Marketing*, 9 (1/2), 91-119.
- Temporal, P. &. (2003). *Branding de alta Tecnología*. Mexico: McGraw Hill.
- Secretaría de Economía. PRO MEXICO 2012. Pro México con base en INEGI y Global Insight. 2013 <http://embamex.sre.gob.mx/rusia/images/stories/Comercio/procesadospromexico.pdf>
- BANCOMEXT 2012, 2014. CONACYT 2012
- Fuentes de información. Páginas web:**
Sistema de información empresarial de canarias. <http://www.siecan.org/index.php.2015>.

- Gestión de la calidad en pequeñas y medianas empresas Ing. Günter Rossmann, Encargado del Proyecto por la Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) Gmb H MEMORIA DEL PROYECTO COPATROCINADO POR OEA Y GTZ 1982-2000 portal.oas.org/LinkClick.aspx?fileticket=WU8QzMcsCx0%3D&tabid.
- Kindleberger, C.P., 1969. Proceso de Internacionalización empresarial en el mundo. www.gestiopolis.com/.../proceso-de-internacionalizacion-de-las-empresas.
- Factores de éxito en dirección estratégica en pequeñas y medianas empresas. <http://www.gestiopolis.com/innovacion-emprendimiento/factores-de-exito-en-direccion-estrategica-pymes.htm>
- Pensamiento y gestión, 29 Universidad del Norte, viix, 2010. Cultura y Negocios Internacionales. portal.oas.org/LinkClick.aspx?fileticket=WU8QzMcsCx0%3D&tabid.. http://www.palermo.edu/economicas/pdf_economicas/up_news/UP_business4.pdf
- Udecinternacionales.bligoo.com. Rugman Alan, Hodgetts Richard, Negocios Internacionales. Un enfoque de administración estratégica. www.academia.edu/.../selección-del-modo
- La Selección de mercados exteriores en la internacionalización de empresas. Enero de 2007. www.gestiopolis.com/canales/de/mercadotecnia/art.23.mercadotecnia/internacional.htm
- L.E. Juan Pablo Zorrilla Salgador. GLOBALIZACIÓN, INTEGRACIÓN INTERNACIONAL Y APERTURA ECONÓMICA 05 / 2004. www.marketing-xxi.com
- cap 14. Mercadotecnia Internacional. Como acceder a los mercados internacionales. www.ubiobio.cl/miweb/webfile/.../42/.../estrategias%20de%20entrada.pdf
- Patricia-Huerta, Brigitte-Estroz, Roxana-San. Martin. Estrategias de entrada al mercado internacional.
- Blanco, S., Miranda, M., & Segovia, M. Capítulo 12 Los factores determinantes del éxito en la actividad exportadora: Una aproximación mediante el análisis rough set. ISO 690. www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/3.pdf
- Andersen, 1997; Bradley, 1995. Negocios Internacionales. www.impgroup.org/uploads/papers/83.pdf
- Johanson & Vahlne 1993. A Process Model of Internationalization. www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/3.pdf
- Douglas y Craig, 1992. Selección de los mercados exteriores. www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/3.pdf
- Papadopoulos, Chen y Thomas (2002). La selección de mercados <http://www.cepade.es/Ademas/revista27/art4.pdf>
- Tratados y Acuerdos firmados por México. Tratados de libre comercio suscritos por México. <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/4379/>



FACTORES QUE INTEGRAN UN ESQUEMA DE NEGOCIOS QUE PERMITAN IMPULSAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS DISEÑADORES DE MODA EN NUEVO LEÓN, ANÁLISIS PRELIMINAR

Autores:

M.A.E. Elda Aurora Aranda Contreras
e_aranda10@yahoo.com

M.A.E. y M.E. Gilberto Rebolledo Iglesias
grebolledo@yahoo.com.mx

M.C.P. Alba Luna Gómez
alba45@hotmail.com

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 07/Mayo/2015

Resumen y palabras clave

En este artículo se analiza de forma preliminar la situación a la que se enfrentan los Diseñadores de Moda del Estado de Nuevo León para lograr la Internacionalización, por lo que el objetivo es identificar y proponer un esquema de negocios integrado por factores que impulsen esta internacionalización. Para lograr este objetivo, se realizó una revisión teórica extensa para fundamentar los factores propuestos y se diseñó y aplicó una encuesta en las instituciones más prestigiadas que imparten la carrera de Diseño de Modas a nivel local. Esto permitió establecer su percepción respecto a la incidencia de los siguientes cuatro factores para lograr el éxito: propuesta creativa atractiva, acceso a canales de distribución, alto nivel de calidad y acceso a recursos financieros. Los resultados muestran que la propuesta creativa atractiva representa el principal elemento para competir mientras que el acceso a recursos financieros es un factor para abrirse camino pero al mismo tiempo hay dificultad para su obtención por la falta de apoyo y de esquemas pensados para esta actividad.

Palabras clave: canales de distribución, diseñador de moda, calidad, propuesta creativa, recursos financieros.

This article preliminarily analyzed the situation that Fashion Designers of Nuevo León face to achieve internationalization, so the goal is to identify and propose a business model built by factors that promote this internationalization. To achieve this, an extensive theoretical review was performed to substantiate the proposed factors and designed and implemented a survey of the most prestigious institutions that provide career of Fashion Design locally. This allowed to establish their perception regarding the influence of the following four factors for success: Attractive creative proposal, access to distribution channels, high quality and access to financial resources. The results show that the attractive creative proposal represents the main element to compete while access to financial resources is a factor in their way but at the same time there is difficulty obtaining the lack of support and schemes designed for this activity.

Keywords: distribution channels, fashion designer, quality, creative proposal, financial resources.

Factores que integran un Esquema de Negocios que permitan impulsar la Internacionalización de los Diseñadores de Moda en Nuevo León, Análisis Preliminar

1.- Introducción

El mundo de los negocios de la moda está en evolución permanente y constantemente se agregan nuevos nombres a los ya reconocidos como Gabrielle Chanel, Oscar de la Renta, Christian Dior, Yves Saint Laurent, por mencionar a algunos. A estos grandes nombres se añaden otros como Jack McCollough y Lazaro Hernandez (Proenza Schouler), Alexander McQueen, Mary Katrantzou quienes son solamente algunos de los muchos diseñadores jóvenes que surgen y tienen éxito y reconocimiento a nivel mundial.

En México podemos destacar a Don Manuel Méndez (recientemente fallecido), Carlo Demichelis y Armando Mafud, entre unos pocos, ya que la realidad nacional y estatal es diferente y las historias de éxito surgen de forma contada y lenta a pesar de que existe un gran talento joven.

El ámbito de la moda en México y en especial en Nuevo León, está rodeado de circunstancias que pueden llegar a ser significativas para que un diseñador tenga o no tenga éxito: acceso a recursos financieros, capacidad instalada, una propuesta creativa que sea suficientemente comercial y atractiva, la cercanía con Estados Unidos que brinda la posibilidad de tener al alcance artículos de diseñadores reconocidos desplazando así a los menos prestigiados.

En otras ciudades importantes de la república como México, Guadalajara y León se percibe que hay un mayor apoyo e impulso a través de eventos, asesorías y financiamiento, pareciera que en Nuevo León existe apatía o indiferencia por parte de los organismos (principalmente la Cámara Nacional de la Industria del Vestido) que a nivel nacional tienen el compromiso de promover al talento en diseño de moda por lo que hay pocos nombres destacados en este contexto.

El panorama que enfrentan los diseñadores mexicanos no es sencillo. Por años, sus negocios han sufrido de la falta de apoyo del mercado local e internacional, de los organismos relacionados con el negocio de la moda, de la falta de eventos y lugares donde promover y vender su mercancía y como señala la propietaria de la empresa Pineda Covalin, citada por Castaño (2014) “los diseñadores necesitan ser más responsables y mejores personas de negocios”, es decir, que tengan conocimientos de administración, finanzas, mercadotecnia, negociación y otras áreas relacionadas que les proporcionen herramientas para manejar de manera acertada una empresa.

El presente estudio tiene como propósito identificar los factores que formarían parte de un esquema de negocios para impulsar el éxito a nivel internacional de las empresas mexicanas propiedad de diseñadores de moda y que el conocimiento de esto pueda ser el punto de partida para que las historias de éxito aumenten. En otros países como el Reino Unido, Estados Unidos e Italia (por mencionar algunos) en los cuales no sólo se han escrito y realizado numerosas investigaciones y artículos al respecto sino que hay organizaciones muy serias y comprometidas con las jóvenes promesas del diseño. Mientras que en nuestro país no se ha tomado totalmente en

serio pues como se ha mencionado anteriormente, no hay estudios ni artículos al respecto por lo que existe un vacío desde hace mucho tiempo en esta temática, el cual hoy pretende empezar a ser llenado por esta investigación y que puede ser útil para llamar la atención de los consumidores y de las organizaciones que deberían estar apoyando e impulsando al talento mexicano.

1.1.- Planteamiento del Problema

Debido a la importancia de establecer un esquema de Negocios Internacionales adaptado a los diseñadores de moda, en este proyecto el fenómeno a estudiar es el logro de la internacionalización de las empresas que son propiedad de diseñadores de moda ubicadas en Nuevo León. La internacionalización, según Welch y Luostarinen (2010), se puede definir como “el proceso de incrementar el involucramiento en los mercados internacionales”. Tomando eso como referencia, existe mucho talento joven que aún no ha encontrado su camino hacia el éxito por lo que el establecer dichos factores puede contribuir a plantear qué deben buscar para lograr ubicar sus marcas y sus propuestas en un lugar en el negocio de la moda. Ya que existe ese vacío de estudios se presenta la pregunta de investigación de este proyecto.

1.2.- Pregunta de Investigación

¿Cuáles son los factores que permiten integrar un esquema de negocios para lograr la internacionalización de los diseñadores de moda en Nuevo León?

1.3.- Objetivo General de Investigación

Determinar qué factores integran un esquema de negocios que permita impulsar a las empresas de diseñadores de moda de Nuevo León para tener éxito a nivel internacional.

1.3.1.- Objetivos Específicos

1. Analizar de manera teórica los elementos de un esquema de negocios internacionales.
2. Revisar las teorías que permitan darle fundamento a las variables.
3. Elaborar y aplicar un instrumento de medición para los factores propuestos.
4. Analizar y validar los resultados.

1.4.- Hipótesis General de Investigación

Los factores que integran un esquema de negocios que impulsan la internacionalización de las empresas propiedad de diseñadores de moda son los siguientes:

1. Propuesta creativa
2. Acceso a los canales de distribución
3. Tener un alto nivel de calidad
4. Acceso a recursos financieros

1.5.- Justificación

Los diseñadores de moda visualizan su trabajo ante todo como una expresión artística por lo que la visión empresarial ocupa un lugar secundario y eso puede obstaculizar su desarrollo pues aunque tengan muy claros sus objetivos, esto no quiere decir que tengan la certeza de qué deben hacer para lograrlos.

Entre esos objetivos con los que todo diseñador sueña están el que la gente conozca su propuesta, la acepten y la usen pero para llegar a ello deben recorrer un camino el cual puede resultar un tanto difícil si no saben cómo hacerlo o les faltan medios para ello por lo que los resultados de este estudio podría brindar información valiosa para ellos y que con ese conocimiento puedan aumentar las historias de éxito y presenten sus diseños en la New York o Paris Fashion Week.

2.- Marco teórico

Hay diversos estudios y artículos realizados en otros países relacionados con la internacionalización de los diseñadores de moda y los aspectos que de una forma u otra influyen en ello.

En un artículo publicado en Londres por el Journal of Fashion Marketing & Management (2008), tomando como referencia a nueve diseñadores que buscan sobresalir en dicho mercado,

se identifica que ellos deben aprender y aplicar rápidamente el concepto de negocio para poder sobrevivir en un ámbito tan competitivo.

Otro artículo publicado en la IIMB Management Review (2008), destaca como la diseñadora hindú Manish Arora ha logrado posicionar a su empresa como una de las pocas de su país de origen con éxito y presencia en eventos tan importantes como el London Fashion Week y el Paris Fashion Week, sabiendo combinar el aspecto comercial (gracias a su socio de negocios) sin comprometer la excelencia en el diseño.

En este mismo artículo se destaca que uno de los aspectos que más influye y que de alguna forma coincide con lo que sucede en México, es que existe cierto rechazo de parte del mercado por la moda que proviene de países emergentes. También destacan otros factores como la carencia de talento administrativo con experiencia global y un pobre acceso a capital de riesgo debido al subdesarrollo de las instituciones relacionadas en estas economías.

En otro artículo escrito por Kate Betts y publicado en la revista Time (2007), se identifica que uno de los factores más relevantes para sobresalir es la propuesta creativa, debido a que se debe ofrecer algo original en un mundo en donde la copia y la existencia de numerosos competidores prevalecen.

A continuación, se analizan cada uno de los factores que integrarían el esquema de negocios para la internacionalización de los diseñadores de moda de Nuevo León:

- Alto nivel de calidad: Tradicionalmente, este aspecto ha sido definido de diversas formas siendo la más tradicional la relacionada con una serie de atributos que son monitoreados a través de inspecciones antes, durante y después del proceso de producción para asegurar que dichos atributos cumplan con ciertas medidas o valores establecidos previamente. Sin embargo, en el negocio de la moda el alto nivel de calidad tiene que ver con aspectos como el diseño/estilo, los materiales, la construcción así como aspectos estéticos y funcionales de la ropa de acuerdo al resumen de un artículo escrito por Susanna Hendrina Hugo y Annette Marie van Aardt (2012) sobre un estudio realizado en Sudáfrica para determinar los criterios que aplican las mujeres al comprar ropa casual.
- Propuesta creativa: La propuesta creativa implica lo que el diseñador busca expresar como artista a través de su ropa y al mismo tiempo, la oferta para su cliente potencial. Hay diversos aspectos que influyen de manera importante en cada colección que se va a presentar.

Las fuentes de inspiración que el diseñador utiliza para realizar sus propuestas son claves ya que ayudan a identificar elementos para la planeación estratégica y la investigación para el desarrollo de la colección e imprimir elementos que aporten individualidad, de acuerdo a un artículo publicado por el International Journal of Clothing Science & Technology (2010).

En un artículo escrito por Emily Backus (2014) y publicado por la revista Women's Wear Daily, entre los recursos para encontrar inspiración están el arte, a través de diferentes corrientes, archivos históricos de las firmas e inclusive la naturaleza.

- Acceso a los canales de distribución: El que los diseñadores puedan tener acceso a los canales de distribución y redes de negocio que se concentran en las ciudades clave para esta industria como Nueva York, Londres, Milán y París sigue siendo de gran importancia a pesar del surgimiento de otras capitales (Tokio o Sao Paulo) como puntos de referencia. Por lo tanto, no es casualidad que los hermanos Dean y Dan Caten quienes son de origen canadiense, después de haber egresado de Parson's School of Design en Nueva York se hayan mudado a Milán para trabajar primeramente en diversas colaboraciones con las marcas más importantes y posteriormente establecer su casa de moda llamada Dsquared2 en 1994.

En un artículo incluido en la publicación *Regional Studies* (2010), Johan Jansson y Dominic Power, toman como caso de estudio a la ciudad de Milán, para mostrar su importancia como centro de diseño, producción y distribución de artículos de lujo la cual alberga las oficinas principales de firmas tan prestigiadas como Armani, Dolce and Gabbana, Etro, Missoni, Prada y Versace y que tienen ahí su punto de partida hacia otras ciudades del mundo.

Por otro lado, el respaldo de un socio de negocios con gran poder económico y visión empresarial, puede ser de gran ayuda para este tipo de compañías. Por ejemplo, de acuerdo a lo que describe Lisa Lockwood (2010) en su artículo señala el papel que desempeñado por PVH Corp., la cual adquirió Calvin Klein, Inc. en el año 2003, ha sido clave para el crecimiento de las ventas y la expansión de la marca a nivel global pues ha

aportado el impulso decisivo que ha permitido aprovechar las oportunidades de mercado para diversos productos tanto a nivel doméstico como internacional.

- Acceso a recursos financieros: el acceso a fuentes de financiamiento suele ser problemática para diseñadores jóvenes e inclusive para diseñadores de renombre para lograr expandirse a otros mercados o ampliar sus líneas de producto.

De acuerdo a lo que cita Clark Evan (2003) en la revista *Women's Wear Daily*, la principal fuente de financiamiento para diseñadores proviene de amigos y familiares por lo que es necesario ser creativos para atraer la atención de patrocinadores formales como grandes compañías y tiendas especializadas.

Compañías como Dior, Louis Vuitton y Givenchy en Europa y Calvin Klein y Tommy Hilfiger en Estados Unidos han encontrado en grupos con LVMH y PVH al perfecto socio de negocios para tener acceso a capital y lograr crecimiento.

3.- Metodología

Se realizó una prueba piloto a 10 estudiantes de la carrera de Diseño de Modas de dos de las principales instituciones que a nivel local la imparten, con el propósito de identificar desde su perspectiva cuáles son los factores que consideran más importantes para integrar un esquema de negocios que les ayude a lograr la internacionalización. A continuación, se presenta la encuesta empleada para tal propósito:

Fuente:
 Ibarra, C.
 (2008). *La
 paradoja del*

Universidad Autónoma de Nuevo León
 Facultad de Contaduría Pública y Administración

Fue
 nte:
 elaboració

Factores que integran un Esquema de Negocios que permita impulsar la Internacionalización de los Diseñadores de Moda en Nuevo León

ENCUESTA

Me permito solicitar de la manera más atenta su apoyo para el llenado de esta encuesta la cual tiene como propósito recopilar información para identificar los factores que integrarían un Esquema de Negocios para lograr la internacionalización de los Diseñadores de Moda de Nuevo León. Agradecemos su valiosa colaboración.

Sexo: M F Edad: 18-20 21-23 24 o más

I.- A continuación, indique en qué grado está de acuerdo o desacuerdo con los siguientes afirmaciones, siendo 5 el grado en el que se está totalmente de acuerdo y 1 en el que se está totalmente desacuerdo.

Preguntas	Totalmente desacuerdo			Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5
1.- Una propuesta creativa atractiva es el principal factor para tener presencia en otros mercados.					
2.- Las propuestas de diseñadores mexicanos pueden ser bien recibidas en el extranjero.					
3.- Los diseños mexicanos tienen posibilidad de competir efectivamente en el extranjero					
4.- Los materiales, la confección y aspectos estéticos y funcionales de los diseños mexicanos tienen la calidad suficiente para competir en el extranjero.					
5.- La internacionalización del trabajo como diseñador se puede lograr desde Monterrey.					
6.- El hecho de trabajar desde ciudades como Nueva York, París o Milán es clave para lograr la internacionalización de un diseñador.					
7.- El diseñador mexicano y sus propuestas pueden tener acceso a los canales de distribución adecuados para el mercado internacional.					
8.- Existen en México programas de financiamiento para que el diseñador mexicano pueda incursionar en el mercado internacional.					
9.- El diseñador mexicano tiene fácil acceso a programas y/o fuentes de financiamiento para internacionalizarse.					
10.- El apoyo de un socio de negocios es clave para la internacionalización del diseñador mexicano.					

II.- De acuerdo a su opinión, jerarquice en términos de importancia los siguientes factores que pudieran integrar un esquema de negocios para la internacionalización de los diseñadores de moda de Nuevo León, siendo 1 el más importante y el 4 el menos importante:



- Acceso a recursos financieros
- Alto nivel de calidad
- Propuesta creativa
- Acceso a los canales de distribución

Gracias.

4.- Resultados

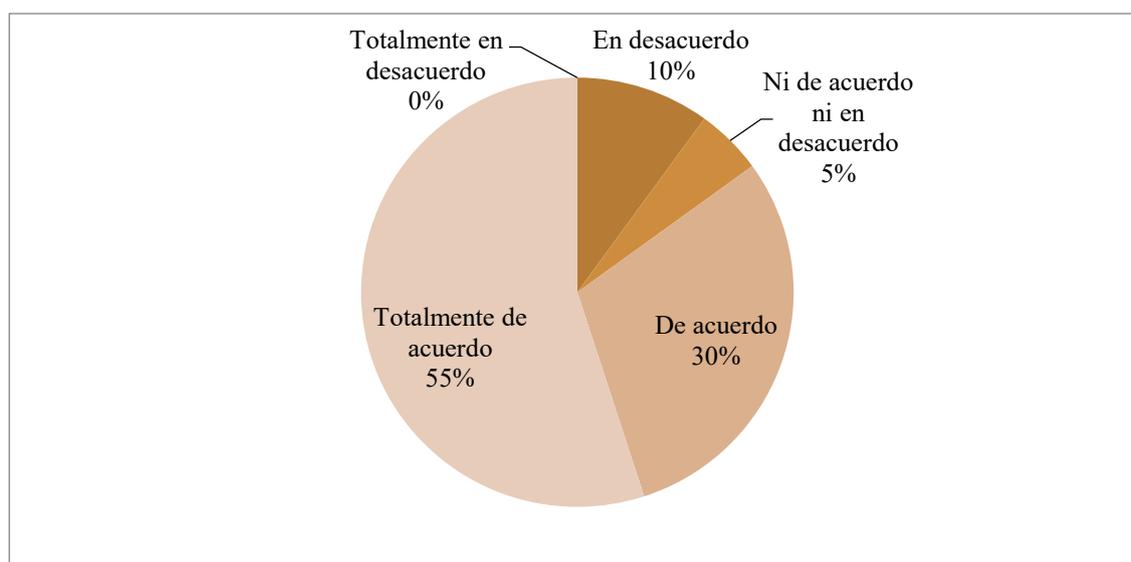
A continuación se presentan los resultados obtenidos de la información proporcionada a través de las encuestas que se aplicaron para identificar los factores que podrían integrar un esquema de negocios para la internacionalización de los Diseñadores de Moda.

4.1.- Resultados por variable

4.1.1.- Propuesta creativa

Esta variable se identifica como la más importante de acuerdo a la percepción de los encuestados ya que consideran que una propuesta creativa atractiva es fundamental para tener presencia y buenas posibilidades de aceptación comercial en los mercados extranjeros, como se demuestra en la figura 1:

Figura1.- Importancia de la propuesta creativa

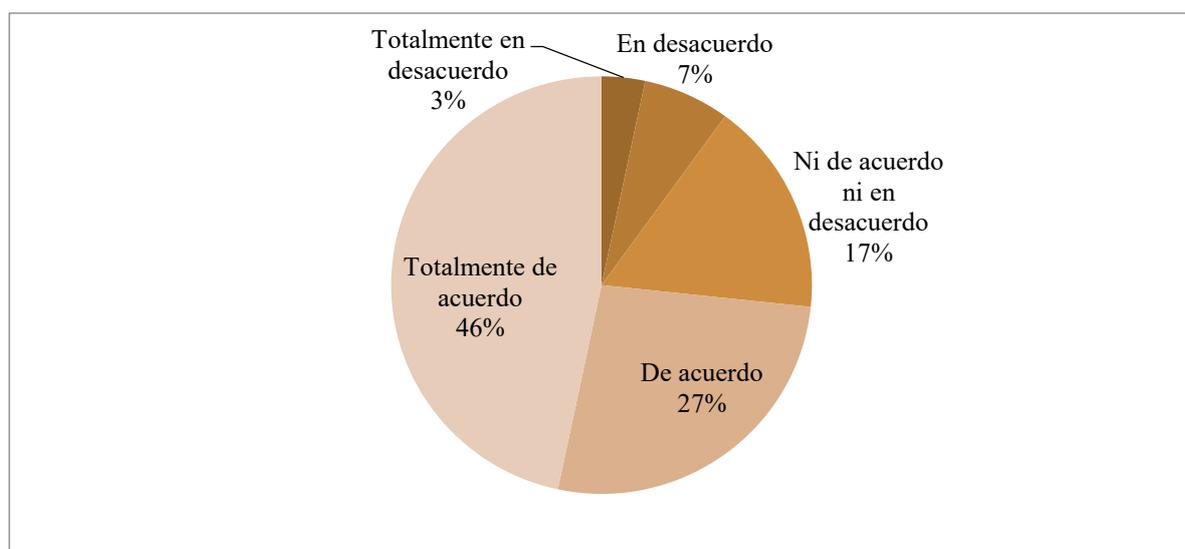


Fuente: Elaboración propia

4.1.2.- Acceso a canales de distribución

En cuanto a esta variable, se identificó que la mayor parte de los encuestados considera que pueden tener acceso a los canales de distribución adecuados a nivel internacional y que esto puede lograrse desde Monterrey o en ciudades como Nueva York, París o Milán (capitales reconocidas como puntos clave en el ámbito de negocios de la moda), tal como se observa en la figura 2:

Figura 2.- Accesibilidad a los Canales de Distribución

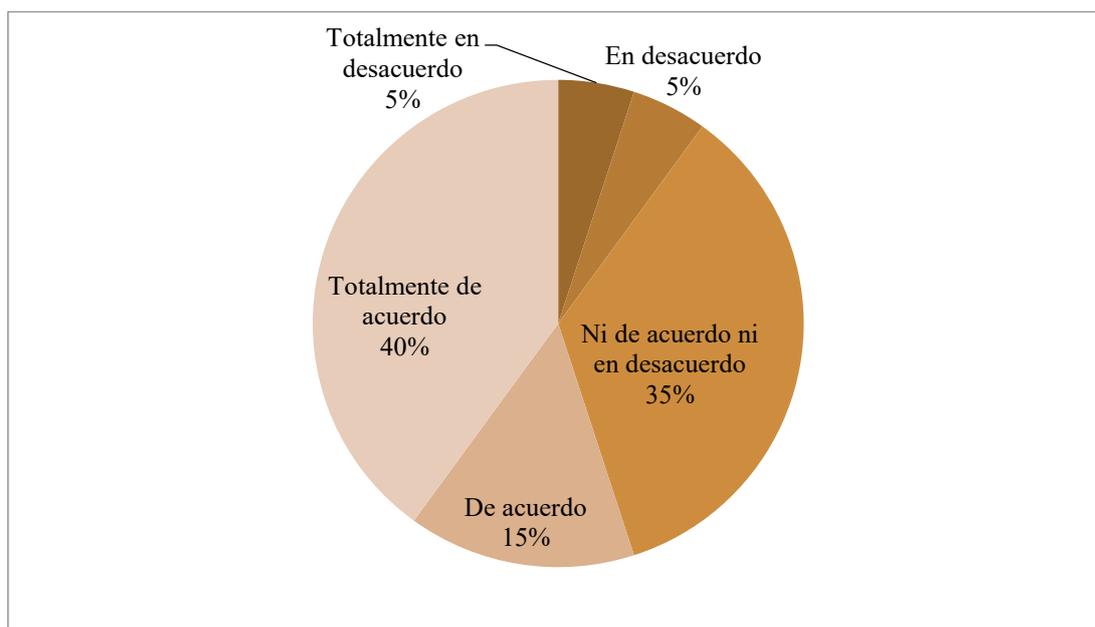


Fuente: elaboración propia en función de datos obtenidos de Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2013). Indicadores económicos de coyuntura > Producto interno bruto trimestral, base 2008 > Series originales. Banco de información económica. Disponible en

4.1.3.- Alto nivel de calidad

En el caso de esta variable, la población encuestada en su mayoría no la identifica como un factor de suma importancia pero tampoco la descartan ya que consideran que este factor se asocia fuertemente a una propuesta creativa atractiva, dándole un lugar intermedio como se puede destacar en la figura 3:

Figura 3.- Importancia del Alto Nivel de Calidad

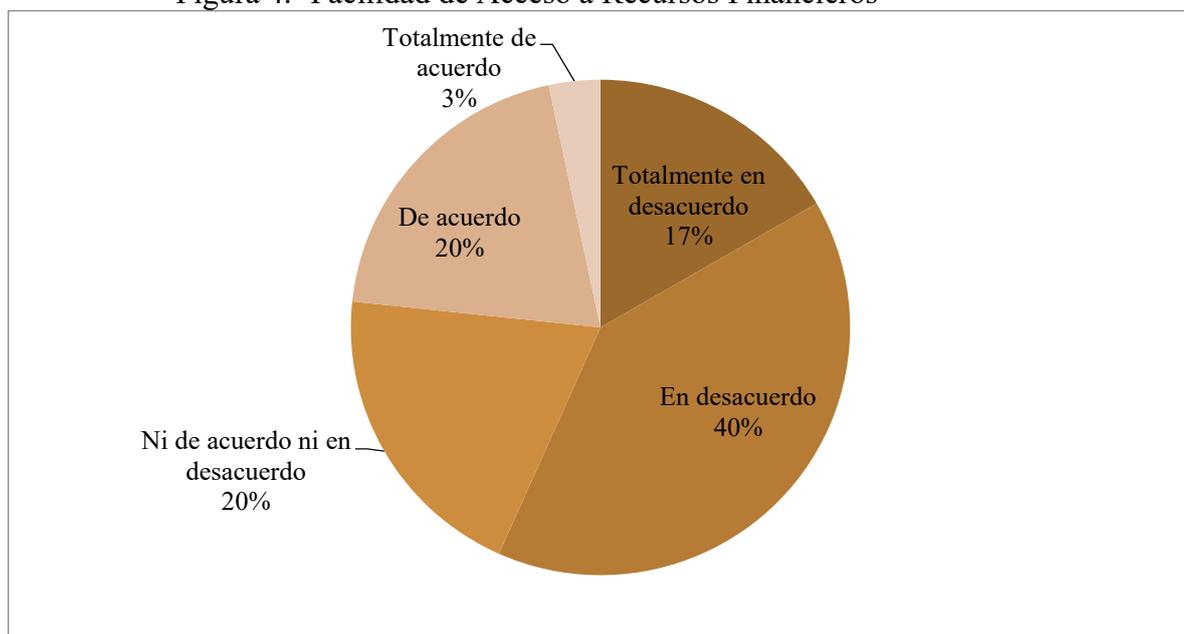


Fuente: Nacional Financiera, (2013). *Clasificación de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. Disponible en: <http://www.nafin.com.mx/portalnf/content/productos-y-servicios/programas-empresariales/clasificacion-pymes.html>

4.1.4.- Acceso a recursos financieros

Para este factor se identificó que la población encuestada considera que el acceso a programas y/o fuentes de financiamiento para lograr la internacionalización es difícil siendo esto un posible obstáculo para este propósito debido a su vital importancia como factor para un esquema de negocios, como se puede observar en la figura 4:

Figura 4.- Facilidad de Acceso a Recursos Financieros

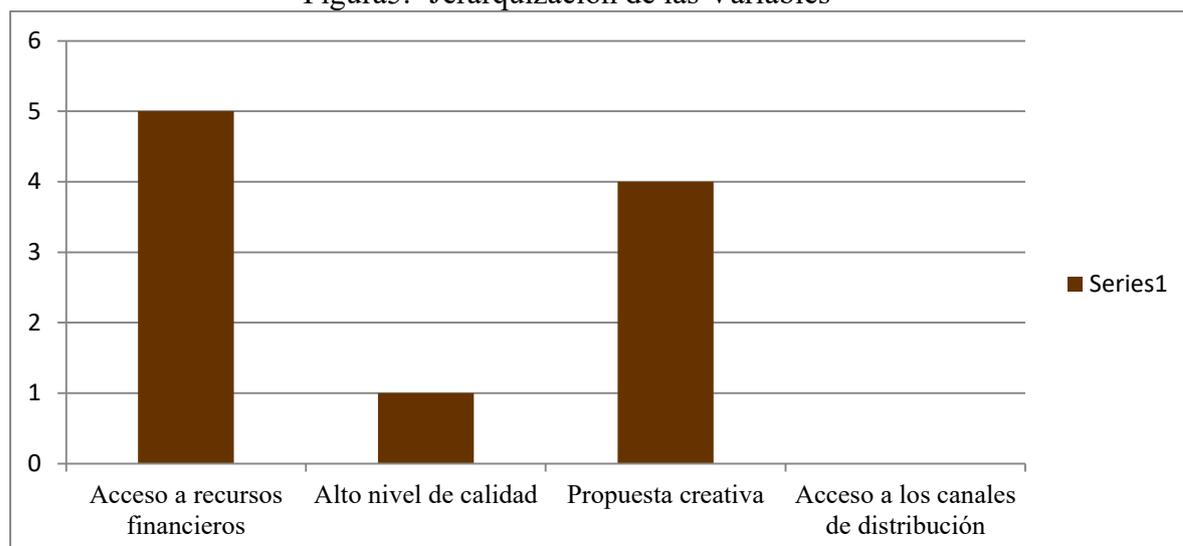


Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banco de México. Nota 1: Las estadísticas están sujetas

4.1.5.- Jerarquización de las variables

Se solicitó a los estudiantes encuestados que identificarán el orden de importancia para estas variables, otorgándole el primer lugar al acceso a recursos financieros y el segundo a una propuesta creativa atractiva, lo cual se muestra en la figura 5:

Figura5.- Jerarquización de las Variables



Fuente: Elaboración propia

5.- Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede dar una respuesta preliminar a la pregunta de investigación ¿cuáles son los factores que permiten integrar un esquema de negocios para lograr la internacionalización de los diseñadores de moda en Nuevo León? y se aceptan las 4 variables propuestas para este estudio.

Se identifica que la mayoría de la población encuestada (50%) piensa que el tener acceso a los recursos financieros es el principal elemento mientras que el contar con una propuesta creativa atractiva se ubica en segundo término la cual debe estar respaldada por un alto nivel de calidad como el tercer elemento de los factores que permiten integrar un esquema de negocios para que los diseñadores de moda de Nuevo León puedan lograr la internacionalización. En cuanto al acceso a los canales de distribución se le ubica como el cuarto factor debido a que se interpreta que si se cuenta con los recursos monetarios necesarios y una propuesta creativa sólida se puede tener mayor posibilidad de entrar a los canales de distribución adecuados.

Un área de oportunidad importante para las instituciones de financiamiento así como para el gobierno federal es el crear e impulsar esquemas y programas que permitan un mayor conocimiento y fácil acceso a los recursos financieros necesarios para lograr este objetivo ya que actualmente se percibe que hay muy poco apoyo e información lo cual lleva a inferir que la obtención de los mismos es difícil y que poca gente tiene la posibilidad de ello a pesar de que cuenten con una propuesta creativa atractiva y con alto nivel de calidad que puede tener buenas probabilidades de tener éxito en los mercados internacionales.

Se puede concluir que en el estado de Nuevo León hay un gran talento el cual percibe poco apoyo en materia financiera pero que creen en su capacidad creativa, en sus propuestas y que tienen posibilidades de acceder a los canales de distribución adecuados ya sea desde Monterrey o en capitales del mundo vinculadas a la moda, si tienen el capital necesario pueden crear historias de éxito como las de diseñadores reconocidos a nivel mundial.

El Esquema de Negocios propuesto será integrar los cuatro factores dando énfasis al factor financiero ya que el tener cubierto ese elemento puede abrir las puertas a los canales de distribución pues ya cuentan con una propuesta creativa atractiva con un alto nivel de calidad.

6.- Bibliografía

Mexico Fashion Week Seeks Global Audience. (2014). *WWD: Women's Wear Daily*, 207(55), 9-1.

Schweizer, R., Vahlne, J., & Johanson, J. (2010). Internationalization as an entrepreneurial process. *Journal Of International Entrepreneurship*, 8(4), 343-370.

Fashion designers as business: London. (2008). *Journal of Fashion Marketing & Management*, 12(3), 398-414.

Ramachandran, J., & Patvardhan, S. (2008). Context of Conversation with Fashion Artiste Manish Arora. *IIMB Management Review (Indian Institute Of Management Bangalore)*, 20(4), 374-378.

Betts, K. (2007). Geography Lessons. *Time*, 170(13), 61.

Hugo, S., & van Aardt, A. (2012). Evaluative criteria applied by South African female fashion consumers when purchasing casual daywear. *International Journal Of Consumer Studies*, 36(4), 460-471.

The creative role of sources of inspiration in clothing design. (2006). *International Journal of Clothing Science & Technology*, 18(4), 278-293.

Art To Wear. (2014). *WWD: Women's Wear Daily*, 208(60), 14b-1.

Jansson, J., & Power, D. (2010). Fashioning a Global City: Global City Brand Channels in the Fashion and Design Industries. *Regional Studies*, 44(7), 889-904.

Keeping Calvin On The Fast Track. (2012). *WWD: Women's Wear Daily*, 203(82), 12c-1.



IMPORTACIÓN DE PANELES SOLARES PARA EL MERCADO MEXICANO: UN PLAN DE NEGOCIOS

Autores:

Lic. Carlos Alberto Mayorga Torres

*Facultad de Contaduría Pública y Administración, UANL.
Edificio Posgrado y CEDEEM, Cd. Universitaria
San Nicolás de los Garza, N.L., México 66451
Tel: (81)8882-6941 Cel: 811 190 0845*

Correo electrónico: thehoper@hotmail.com

Mexicano

*Dra. Adriana Segovia Romo
Facultad de Contaduría Pública y Administración, UANL.
Edificio Posgrado y CEDEEM, Cd. Universitaria
San Nicolás de los Garza, N.L., México 66451
Tel y Fax (81)1340-4430*

Correo electrónico: adrianasegovia@hotmail.com

Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 16/Junio/2015

RESUMEN

La presente investigación dio como resultado el crear un plan de negocios para apertura de una empresa importadora de Paneles Solares para el mercado mexicano con un capital de \$ 500,000.00 usd en la ciudad de Monterrey, N. L.

Mediante un análisis del Mercado con base a los estudios FODA, PEST y Stakeholders, se determinó que el mercado meta sería el residencial con tarifa DAC de CFE. Logrando posteriormente plantear el plan estratégico idóneo, pudiendo plantear la misión, visión y valores.

Posteriormente, determinando los recursos humanos, materiales y logísticos, se pudieron determinar los gastos fijos y variables para poder realizar un Plan Financiero con una proyección de presupuesto de ingresos, flujo de efectivo y estado de resultados, obteniendo un VPN de \$92,831.49 USD, con una tasa del 25% anual a cinco años de operación.

Por lo cual el presente trabajo contesta a la hipótesis de investigación cumpliendo los objetivos planteados.

Palabras clave: Ahorro de Energía, Competitividad en el mercado internacional, Estudio de factibilidad, Paneles Solares, Plan de Negocios.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto está enfocado en crear una pauta para un futuro “plan de negocios”; estudio de factibilidad idóneo para la apertura de una empresa que se dedique a la comercialización de paneles solares de importación en México.

Actualmente en la ciudad de Monterrey, N. L., donde se planea realizar la apertura de la empresa importadora de Paneles Solares, ya existen empresas que los comercializan; por lo que se *plantea el problema* de que se requiere una alta competitividad para poder penetrar como un proveedor nuevo de productos y servicios en este mercado, y por ello surgen las siguientes preguntas de investigación.

1. ¿Cuál sería el estudio de factibilidad idóneo para la creación de una empresa exitosa importadora de Paneles Solares para el Mercado Mexicano?

El estudio de factibilidad es esencial para poder determinar si un proyecto emprendedor es viable, tomando en cuenta su medio ambiente (Hernández, V. y Hernández, A., 2008).

2. ¿Cómo debe plantearse el estudio de mercado para el plan de negocios en cuestión?

Un plan de negocios puede ser tan diferente como cada emprendedor, pero sin embargo se sugiere una guía para llevarlo a cabo, como se verá en este proyecto (González, 2007).

3. ¿Cómo debe plantearse el plan estratégico?

Con base en un minucioso análisis del proyecto presentado, se ha determinado que se requieren realizar los análisis FODA, PEST y Stakeholders, que permitan gestar la estrategia, para poder generar las declaraciones de Misión, Visión y valores, políticas bien establecidas y reglamentos, herramientas fundamentales en la fase de planeación estratégica (Koontz & Weihrich, 1998).

4. ¿Cómo debe realizarse el plan de marketing, financiero y de operaciones?

Se podrá realizar de manera adecuada, un plan financiero y de operaciones más eficiente y eficaz determinando de antemano el mercado meta al que estará dirigida la estrategia (Taylor y Kinnear, 1999).

Por todo lo mencionado, se tomó la decisión de desarrollar la solución del caso, mediante un *Plan de Negocios*, ya que es el estudio de factibilidad el que incluye todos los temas requeridos para la solución del problema planteado; además de los temas de planeación estratégica y un estudio de mercado.

Con el fin de cumplir *los siguientes objetivos*:

1. Identificar el mejor estudio de factibilidad para la creación de una empresa importadora de paneles solares en México.
2. Determinar los estudios necesarios a realizar para el estudio de mercado y poder definir un mercado meta
3. Diseñar un plan estratégico.
4. Crear plan de marketing para la comercialización de paneles solares en el mercado nacional proyectando el plan de finanzas y determinando el plan de operaciones para realizar el Plan de Negocios final.

El presente proyecto de investigación *se justifica* debido a que la situación económica actual de México, requiere de nuevos proyectos emprendedores que sean sustentables, que tengan potencial para ser un negocio muy rentable además de poder ayudar a la sociedad en su conjunto.

El ahorro de energía solar desde una perspectiva innovadora de importación de paneles solares es un tema que ha sido poco investigado en México.

Históricamente ha sido poco el interés por la aplicación de las nuevas energías renovables en México, pero en los últimos años la situación ha empezado a cambiar, ya que el número e importancia de los actores que las promueven y apoyan ha crecido; el marco institucional y regulador ha mejorado, y una diversidad de proyectos se encuentran en diferentes etapas de desarrollo.

Se definió que el caso requiere del conocimiento amplio del proceso administrativo, Planeación, Organización, Dirección y Control. Así como también, que el aplicar una planeación estratégica, es primordial; la orientación ejecutiva de los valores y visión de la alta dirección que puedan generar una misión, pasando por el análisis y evaluación del entorno, anticipando las posibles contingencias u oportunidades potenciales, mediante análisis Foda, Pest y de Stakeholders; hasta llegar a la dirección y control.

Además, el conocimiento en las áreas funcionales de la administración: Mercadotecnia, Recursos Humanos, Finanzas y Operaciones (o Producción) para poder realizar una planeación sobre todo eficiente tanto del plan de recursos humanos, -mediante un eficaz diseño funcional, en base a las cuatro piedras angulares del diseño organizacional-; como el plan financiero, mediante la inexcusable necesidad de analizar las finanzas, área funcional de suma importancia para determinar si un proyecto puede ser viable o no, y la imprescindible tarea de realizar un estudio de mercado, así como elaborar un plan de operaciones.

Se considera primordial el tema de Plan de Negocios debido a que puede ser una guía que abarque todos los temas propuestos. Adicionalmente a todo lo mencionado, se debe tomar en cuenta también el tema de Desarrollo Sustentable, ya que es de vital importancia para este proyecto el considerar el impacto que tienen las actividades humanas sobre el medio ambiente y el desarrollo de nuevas tecnologías que puedan contribuir a mejorar la calidad de vida y promover el ahorro de energía.

MARCO TEÓRICO

Por todo lo mencionado anteriormente, a continuación se describen los temas seleccionados.

PLAN DE NEGOCIOS

“El plan de negocios no es un documento estadístico; por el contrario, se trata de un plan dinámico, cambiante y adaptable que se renueva de manera forzosa con el tiempo, de acuerdo con la respuesta y resultados que se obtienen” (González, 2007, p. 18).

Dependiendo de la situación, el plan de negocios puede ser tan diferente como cada emprendedor y cada idea, por lo que no se puede establecer una guía para todos por igual. Sin embargo, si es bueno para tener un plan de negocios completo, seguir una secuencia de pasos:

1. **Selección y presentación de la idea.** Esta sección sirve para darle forma a la idea, justificando su creación y redactando, entre otros puntos, misión, objetivos y ventajas del mismo.

2. **Mercadotecnia.** Punto relativo a los probables clientes potenciales, dónde están, cuántos son y dónde compran, para diseñar un buen plan de introducción al mercado.

3. **Recursos materiales y logísticos.** Se planearán aspectos como las necesidades de materiales, equipo proveedores y controles de calidad.

4. **Recursos humanos y aspectos legales.** En esta sección se revisarán los aspectos relacionados con el personal, puestos y funciones específicas, así como el marco legal a que deberá sujetarse la empresa.

5. **Finanzas.** Este rubro se refiere a la cantidad de dinero necesaria para iniciar la empresa, donde se obtendrá, y cuáles serán los gastos y ganancias en un periodo determinado.

6. **Plan de trabajo.** Se requiere elaborar un cronograma de las actividades que marquen los tiempos para iniciar las operaciones de la empresa.

Estudio de Factibilidad

Estudio que permite precisar la situación y alternativa de cambio para un producto, proyecto, sistema y/o servicio de una organización tomando en cuenta su medio ambiente. Es mejor hacer un estudio de factibilidad antes de iniciar un negocio y/o un servicio porque esta investigación puede ayudar a evitar que un negocio y/o servicio fracase, ayuda a las personas a conocer y disminuir los riesgos, y asegurar el valor del trabajo. Pero es una manera también, para investigar la “salud” de un negocio y/o servicio existente (Franklin, 2000).

En el estudio de factibilidad se señalan las alternativas de solución a los problemas del proyecto, se presenta documento del proyecto integrado por los análisis de mercado, de ingeniería, económicos, financiero y el plan de ejecución, Se establecen los elementos cuantificables y no cuantificables del proyecto (Hernández, et al., 2008).

PROCESO ADMINISTRATIVO

Planificación

La planificación implica que los administradores deben pensar con antelación en sus metas y acciones, y que basan sus actos en algún método, plan o lógica, y no en corazonadas. Los planes presentan los objetivos de la organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos. Además, los planes son la guía para que la organización obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar sus objetivos; y el avance hacia los objetivos puede ser controlado y medido de tal manera que, cuando no sea satisfactorio se pueden tomar medidas correctivas (Stoner, Freeman y Gilbert, 1996).

Organización

Es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que éstos puedan alcanzar las metas de la organización.

Dirección

Implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades de la dirección.

Control

Por último, el gerente debe estar seguro de los actos de los miembros de la organización que, de hecho, la conducen hacia las metas establecidas. Ésta es la

función de **control** de la administración, la cual entraña los siguientes elementos básicos: (1) establecer estándares de desempeño; (2) medir los resultados presentes; (3) comparar éstos resultados con las normas establecidas, y (4) tomar medidas correctivas cuando se detecten desviaciones (Stoner, et al., 1996).

Planeación Estratégica

Hoy en día la mayoría de las empresas de negocios practican la planeación estratégica, aunque el grado de sofisticación y formalidad con que lo hacen varía mucho. En términos generales, la planeación estratégica es engañosamente simple, analizar la situación presente y la que se espera a futuro, determinar la situación de la empresa y desarrollar medios para el cumplimiento de la misión.

Pero en realidad se trata de un proceso sumamente complejo que demanda un método sistemático para la identificación y análisis de los factores externos de la organización y su adecuación a las capacidades de la empresa, los pasos específicos para la formulación de una estrategia pueden variar (Koontz & Weihrich, 1998).

Análisis FODA

La matriz FODA es una herramienta para el análisis de situaciones, los diseñadores de estrategias se sirven en la actualidad de un buen número de matrices para la detección de las relaciones entre las variables más importantes. Por espacio de muchos años se ha recurrido al análisis FODA para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa; se introdujo la matriz FODA para analizar la situación competitiva de la compañía o incluso de una nación, y permite determinar cuatro conjuntos definidos de alternativas estratégicas. (Koontz & Weihrich, 1998).

El alcance de la matriz FODA es más amplio. La matriz FODA es un marco conceptual para un análisis sistemático que facilita el apareamiento entre las amenazas y oportunidades externas con las debilidades y fortalezas internas de la organización.

Misión (propósito), objetivos principales e intención estratégica

La misión, también llamada a veces propósito es la respuesta a la pregunta: ¿en qué consiste nuestro negocio? Los objetivos principales son los puntos finales a

los que se dirigen las actividades de una empresa. La intención estratégica es la determinación de triunfar en un entorno competitivo (Koontz & Weihrich, 1998).

DISEÑO ORGANIZACIONAL

El diseño organizacional es un proceso en el cual los gerentes toman decisiones para elegir la estructura organizacional adecuada para la estrategia de la organización y el entorno en el cual los miembros de la organización ponen en práctica dicha estrategia. Al principio, los procesos del diseño organizacional giraban en torno al funcionamiento interno de una organización. Los gerentes dan cuatro pasos básicos cuando empiezan a tomar decisiones para organizar: División del trabajo, Departamentalización, Jerarquía y Coordinación (Stoner et al., 1996).

Investigación de Mercados: Definición

La investigación de mercados es la actividad que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing, como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; monitorear el desempeño del marketing, y mejorar la comprensión del marketing como un proceso.

El proyecto de investigación debe estar bien organizado y planeado, los aspectos estratégicos y tácticos del diseño de la investigación deben detallarse de antemano, y también debe anticiparse la naturaleza de los datos a reunir y el modo de análisis a emplear. Es importante reconocer que el propósito principal de la investigación de mercados es proporcionar información, y no datos, para el proceso de toma de decisiones gerenciales (Taylor & Kinnear, 1999).

El desarrollo sustentable

El concepto de desarrollo sustentable empezó a crearse a finales de la década de los 60's, como una cuestión de interés constante para todos los países, la ONU creó el programa de las naciones unidas para el medio ambiente. Desde entonces se realizaron diferentes conferencias y congresos con distintas personalidades y especialistas; hombres de ciencias, educadores, industriales y políticos con el fin de discutir los problemas globales que amenazaban a nuestra especie y la necesidad de actuar en consecuencia.

Después de debates y audiencias públicas en los cinco continentes, en abril de 1987 con la publicación del documento llamado: *Nuestro Futuro Común*, o mejor conocido como *Informe Brundtland*; se advirtió que la humanidad debía cambiar sus modos de vivir y de realizar su interacción comercial para evitar un sufrimiento humano y degradación ecológica catastrófica.

También advierte que el futuro de la sociedad está en sus propias manos y sobre todo hacer que el desarrollo sea sustentable, es decir, satisfaciendo las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias, en suma, desde años anteriores se viene sugiriendo que el desarrollo económico y social deben descansar en la sustentabilidad (Díaz, Campaña y Mendoza, 2011).

Benchmarking

El benchmarking es un término originalmente utilizado por los topógrafos para comparar niveles, hoy en día se usa en la administración y se refiere al punto de comparación de la mejor práctica en el mercado; en concreto, es un análisis que se realiza para comparar empresas mediante un continuo proceso de medición de calidad de productos, servicios y tecnologías de producción de una determinada compañía comprándolos contra una organización líder o ejemplar en el entorno del mercado donde se esté considerando penetrar, y, evidencian un desarrollo de mejores servicios y de organizaciones en entornos más eficientes, existe también una auto-evaluación cuando se es una empresa ya existente, o se puede determinar una mejor estrategia para una empresa que desea abrir operaciones o penetrar en un nuevo mercado (Del Giorgio, 2012).

Análisis Pest

El análisis Pest es una herramienta que se utiliza para medir los factores externos que pueden afectar el presente y futuro de una empresa o proyecto emprendedor para poder diseñar la mejor estrategia que dirija la empresa por un camino de éxito.

PEST es un acrónimo de los factores que mide, que son los factores: Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos. Factores que se encuentran en el entorno de la empresa en cuestión.

Dentro de cada factor se sugiere analizar el impacto que tienen ciertas variables del entorno, mismas que se enlistan gracias a la ayuda primero de una lluvia de ideas y posteriormente priorizando las más importantes dentro de cada factor (Ruiz, 2012).

Stakeholders

El concepto de Stakeholders se utiliza para mencionar a quienes son o pueden ser afectados por las actividades de una empresa y viceversa. El análisis por Stakeholders se utiliza para medir precisamente como podrían o pueden las personas, organizaciones o empresas alrededor de un negocio, ser afectados por este, es decir los *Stakeholders* son: las *Partes interesadas*.

Una visión común de las empresas sostiene que los empleados, clientes, accionistas y proveedores son actores clave de la organización, si bien se considera que estos interesados (Stakeholders) están motivados por el interés de la organización, en realidad los clientes son los principales interesados que ayudan a establecer la reputación y la identificación de la empresa (Ferrell, 2004)

MÉTODO

La metodología de la investigación fue cuantitativa. Y, se considera que tiene los siguientes alcances:

Exploratorio.- Porque se estudió un tema que ha sido poco investigado en México, como lo es el ahorro de energía solar desde una perspectiva innovadora de importación de paneles solares (Hernández, Fernández y Baptista, 2010)

Descriptivo.- Debido a que se logaron definir variables que ayudan a tener la guía ideal para el éxito de las empresas que puedan utilizar la presente investigación para emprender un negocio en importación de paneles solares en el país.

Correlacional.- Ya que se ofrecen proyecciones a futuro relacionadas con las variantes antes mencionadas, mismas que están dentro del plan financiero del Plan de Negocios (Hernández et al, 2010).

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación será no experimental, transeccional, debido a que solo estudiará datos estadísticos en un tiempo determinado; medirá conceptos y

variables que se han de obtener de la investigación con el estudio de mercado a realizar dentro del plan de negocios como lo determinó la revisión literaria; ofrecerá predicciones dentro de un plan financiero con base a gastos proyectados que tendrán una relación directa con los ingresos por ventas (Hernández et al, 2010).

Hipótesis o premisas

Hipótesis descriptiva de valores pronosticados o proyectados:

Se puede crear una empresa importadora de Paneles Solares para el mercado mexicano con un capital de \$ 500,000.00 usd en la ciudad de Monterrey, N. L., utilizando como guía el estudio de factibilidad idóneo que es un: Plan de Negocios.

RESULTADOS

Estudio de mercado

En México, la *electricidad verde* se encuentra prácticamente en pañales, ya que su desarrollo apenas comienza, a la fecha son pocos los ejemplos a los que se puede hacer referencia, en algunas comunidades rurales se han instalado sistemas fotovoltaicos e híbridos para llevar servicios básicos a comunidades remotas y sin acceso a la red. En total se han instalado unos 20 MW de capacidad en aplicaciones diversas. (Huacuz, 2008).

Análisis PEST

Con base a lo mencionado anteriormente, se realizó un análisis PEST, que se describe en la figura 1.

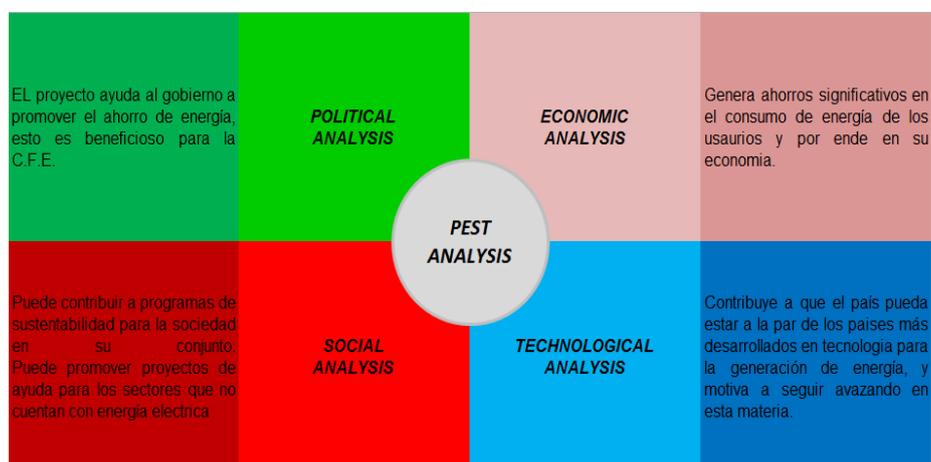


Figura 1: Análisis PEST para “Light Natural Energy”.

Fuente: Elaboración propia, basada en ejemplos de internet.

Análisis de Stakeholders

Con los mismos datos investigados, se presenta el análisis por Stakeholders. Al ser un proyecto de emprendimiento sustentable, hay muchos actores del entorno interesados en el mismo:

- Los empleados al tener un excelente esquema de comisiones y poder ser socios en un arranque de proyecto que a futuro pueda marcar pauta en el mercado, estarían altamente motivados, personal y profesionalmente.
- Los propietarios al saber que están contribuyendo a la mejor calidad de la sociedad en su entorno.
- Al gobierno también le interesa que este tipo de proyectos sean sostenibles ya que contribuyen y promueven programas que tiene actualmente la comisión federal de electricidad en el ahorro de energía para el país.
- Los acreedores pueden estar seguros que no tienen mucho riesgo, debido a que el producto cuenta con un retorno de inversión relativamente corto y los proveedores les interesaría que el mercado en México crezca, debido al gran potencial que tiene.
- Los clientes y la sociedad en su conjunto son los principales beneficiados de este tipo de proyectos, que benefician a todo el país, ya que contribuyen al ahorro de energía y por ende a incrementar la riqueza de un país.

Benchmarking

Se identificó, mediante la página del SIAVI, que el mayor exportador de paneles solares, por mucho, es Estados Unidos, como se puede ver en la tabla 1.

	A	B	C	D	E	F
1	EXPORTACIONES	Valor 2013	Valor 2012	Valor 2011	Valor 2010	Valor 2009
2	Estados Unidos de America	638,306,382	738,031,950	902,598,706	678,656,645	538,818,285
3	Tailandia	2,369,515	251	33,583	1,719	0
4	Japon	1,045,907	684,848	11,722,616	18,408,907	10,960,995
5	Hong Kong	646,405	185,904	51,943	2,039	419
6	Brasil	537,827	726,081	2,074,531	277,703	13,272
7	Argentina	456,135	923,273	577,997	142,588	1,081
8	Hungria	444,840	158,268	8,203	0	542
9	Alemania	373,962	492,985	4,080,141	7,535,707	5,629,490
10	Malasia	337,793	80,091	13,021	200	0
11	Costa Rica	237,432	113,133	136,016	154,072	117,229
12	Chile	210,981	4,452	79,022	68,759	919
13	Canada	184,729	158,310	5,544,151	5,055,285	147,796

Tabla 1: Principales países exportadores de sistemas fotovoltaicos.
 Fuente: SIAVI, Web. (2014).

En la figura 2 se presenta la estadística comparativa de los países importadores, en donde México no aparece, se prevé que consiguiendo un buen precio del principal país exportador, se pueda tener un precio muy competitivo en el mercado.

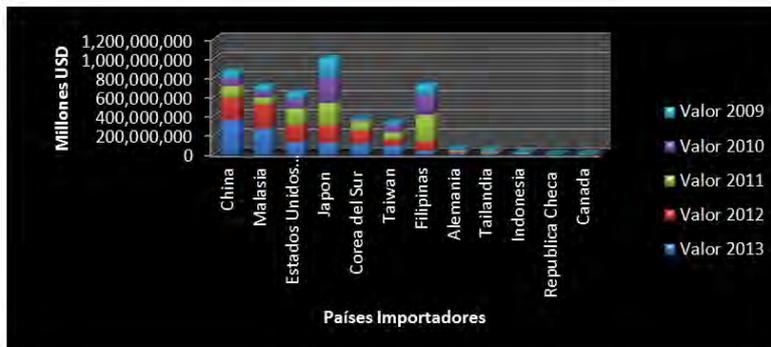


Figura 2: Países importadores de sistemas fotovoltaicos en el mundo.
 Fuente: SIAVI, Web (2014)

Logística

Debido a que se utilizará el incoterm DDP (*Delivered Duty Paid*), y la cotización del principal proveedor que se tiene considera esto ya en el precio; no se requerirá almacenaje ni transporte, solo se debe coordinar el mismo transporte del proveedor y cambiar la papelería de remisiones y facturas en el punto de entrega.

Matriz FODA

A continuación en la figura 3, se presenta la matriz FODA realizada.

Factores Internos Factores Externos	Fortalezas: <ul style="list-style-type: none"> • Amplia experiencia de los empleados. • Nuevos modelos ofreciendo asesoría especializada. • Diferenciación con talleres y campañas de ayuda a sectores necesitados. 	Debilidades: <ul style="list-style-type: none"> • No se contará con bodega para grandes inventarios. • Instalaciones pequeñas. • Presupuesto limitado para iniciar operaciones. 	
	Oportunidades: <ul style="list-style-type: none"> • Un amplio índice de demanda en materia de ahorro de energía. • Baja cobertura de la competencia. • Alta expectativa de crecimiento futuro en el mercado. 	Estrategia FO MAXI MAXI: Consolidar oferta integrando nuevos modelos de diferenciación. Enfocarse a las áreas de mayor demanda en la región.	Estrategia DO MINI MAXI: Ser un gestor al administrar de manera adecuada la Logística para la coordinación de estregas sin necesidad de almacenar el producto.
	Amenazas: <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la competencia a mediano plazo • Situación económica del país. • Demanda concentrada en ciertos sectores 	Estrategia FA MAXI MINI: Tratar de ganar el mayor mercado posible mediante la promoción antes de pueda crecer más la competencia.	Estrategia DA MINI MINI: Ser una opción más en el mercado.

Figura 3: Matriz FODA para “Light Natural Energy”.

Fuente: Elaboración propia.

La empresa que cotizó el precio del panel solo, fue la empresa: “Webo Solar”, empresa dedicada a la distribución de paneles solares y equipo para el ahorro de energía. El precio obtenido, fue de: \$ 6,250.00 USD para 25 paneles, lo que da precio por panel de \$ 250.00 USD. (WEBO SOLAR, 2015)

PLAN DE NEGOCIOS

Estrategia comercial: Considerando que la demanda es muy alta y el índice de cobertura de la competencia bajo, se determinó que la estrategia a seguir será la Estrategia FO MAXI MAXI, definiendo lo siguiente:

Mercado meta: se determinó que el mercado más fácil de explotar para iniciar es el residencial con tarifa DAC.

La identidad de la empresa (nombre, visión, misión y valores)

Nombre: “*Light Natural Energy*”

Misión: “Somos una empresa, comprometida con la sociedad, nuestra misión es el mejoramiento de la calidad de vida sustentable para la sociedad en su conjunto mediante la generación de energía solar y ahorro de energía eléctrica”.

Visión: “Ser la primera opción de ahorro de energía en el país, siendo el marco de referencia en innovación al promover nuevos y flexibles modelos, que permitan al país seguir creciendo en materia de energía solar”:

Valores: Creemos en los proyectos sustentables y en la capacidad que tiene México para poder crecer como país y sociedad. Nos comprometemos con la comunidad y su entorno. Buscamos opciones benéficas para la sociedad en su conjunto, su desarrollo y un mejor futuro.

Objetivos:

- *A corto plazo.*- Penetrar en el mercado, abarcando un 10 % del mercado meta que se definió previamente, acorde a los recursos con los que se cuentan para tal efecto.
- *A mediano plazo.*- Desarrollar nuevos mercados llegando a tener el doble de las ventas, contribuyendo a enriquecer la oferta del sector, y mejorando los sistemas de energía solar en México.

- *A largo plazo.*- Poder crecer con nuevas sucursales en otras ciudades de la república, abarcando las regiones con mayor índice de demanda promoviendo nuestros principios y valores, orientados a las necesidades de México.

Plan de Recursos Humanos

El plan de recursos se considera de la siguiente manera: (Figura 4)

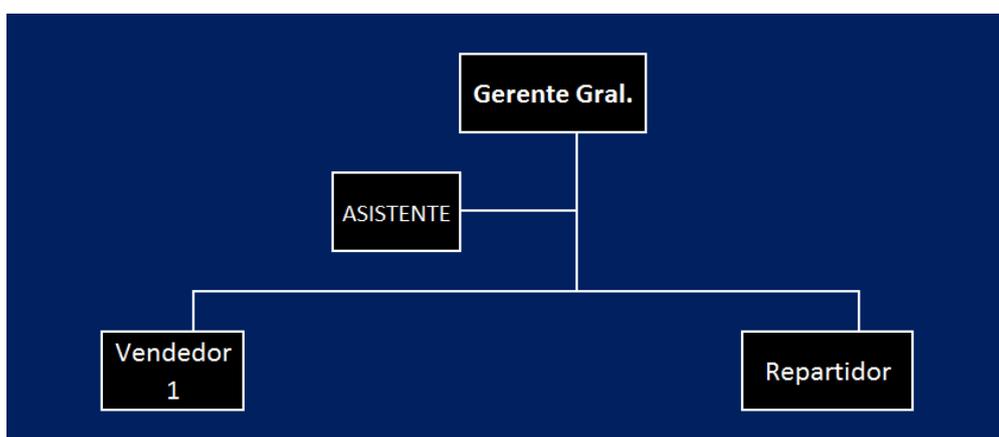


Figura 4: Organigrama de “Light Natural Energy”.

Fuente: Elaboración propia.

Plan de recursos materiales:

En la tabla 2, se presentan los gastos de operación, costo de ventas, gastos fijos y variables que tendría la empresa mensualmente, para poder posteriormente realizar un plan financiero, con base a una proyección de egresos e ingresos.

GASTOS DE OPERACIÓN. Para el 2015		
Rentas		
LOCAL	\$	2,000.00
TELÉFONO	\$	1,000.00
total	\$	3,000.00
Agua, luz y gas.		
Gastos por servicios públicos	\$	1,000.00
COSTOS DE VENTAS		
Gastos por nómina		
Sueldo Gerente Gral.	\$	20,000.00
Asistente	\$	8,000.00
Vendedor 1	\$	18,000.00
repartidor	\$	6,000.00
Total	\$	52,000.00
Otros gastos		
Gastos por materiales de trabajo	\$	3,000.00
gastos por mantenimiento	\$	1,000.00
gastos de publicidad y promoción	\$	5,000.00
Total	\$	9,000.00
ANÁLISIS DE TOTALES		
Costos totales de Ventas	\$	65,000.00
Conversión en usd.	\$	5,000.00
x 12 meses del año	\$	60,000.00

Tabla 2: Gastos fijos y variables de “Light Natural Energy”

Fuente: Elaboración propia.

Plan de Finanzas

A continuación se presenta en la tabla 3, una proyección a 5 años para el proyecto de inversión en paneles solares, con una inversión inicial de \$ 500,000.00 usd., un cálculo de \$250.00 USD de utilidad por producto, pudiendo tener, gracias a la importación, una importante competitividad en el mercado con un precio venta de \$500.00 dólares por panel para el primer año. Un retorno de inversión a 4 años y un valor presente neto esperado de \$92,831 USD, con una trema del 25% de interés anual proyectando vender al menos 4 proyectos por mes, de 30 paneles en promedio para el primer ejercicio, el proyecto se acepta.

Estado de resultados proyectados De Enero de 2015 al 31 de Diciembre de 2019.					
PANELES	2015	2016	2017	2018	2019
Número de Paneles promedio	1,440	1,500	1,620	1,800	2,400
Precio x Panel	\$ 500.00	\$ 520.00	\$ 540.00	\$ 560.00	\$ 600.00
Total de ingresos	\$ 720,000.00	\$ 780,000.00	\$ 874,800.00	\$ 1,008,000.00	\$ 1,440,000.00
TOTAL DE VENTAS	\$ 720,000.00	\$ 780,000.00	\$ 874,800.00	\$ 1,008,000.00	\$ 1,440,000.00
- Costo de IMPORTACIÓN	-\$ 360,000.00	-\$ 390,000.00	-\$ 437,400.00	-\$ 504,000.00	-\$ 720,000.00
- Costo de Ventas	-\$ 60,000.00	-\$ 70,000.00	-\$ 80,000.00	-\$ 90,000.00	-\$ 120,000.00
UTILIDAD BRUTA	\$ 300,000.00	\$ 320,000.00	\$ 357,400.00	\$ 414,000.00	\$ 600,000.00
- Gastos de Operación	-\$ 1,600.00	-\$ 2,000.00	-\$ 2,400.00	-\$ 2,800.00	-\$ 3,000.00
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN	\$ 298,400.00	\$ 318,000.00	\$ 355,000.00	\$ 411,200.00	\$ 597,000.00
Menos impuestos					
ISR	-\$ 89,520.00	-\$ 95,400.00	-\$ 106,500.00	-\$ 123,360.00	-\$ 179,100.00
PTU	-\$ 29,840.00	-\$ 31,800.00	-\$ 35,500.00	-\$ 41,120.00	-\$ 59,700.00
Total de impuestos	-\$ 119,360.00	-\$ 127,200.00	-\$ 142,000.00	-\$ 164,480.00	-\$ 238,800.00
UTILIDAD NETA	\$ 179,040.00	\$ 190,800.00	\$ 213,000.00	\$ 246,720.00	\$ 358,200.00

Punto de equilibrio	2015	2016	2017	2018	2019
Precio Producto	\$ 500.00	\$ 520.00	\$ 540.00	\$ 560.00	\$ 600.00
Gastos Fijos	\$ 1,600.00	\$ 2,000.00	\$ 2,400.00	\$ 2,800.00	\$ 3,000.00
Costos variables	\$ 420,000.00	\$ 460,000.00	\$ 517,400.00	\$ 594,000.00	\$ 840,000.00
Costo variable Producto.	\$ 292.78	\$ 308.00	\$ 320.86	\$ 331.56	\$ 351.25
Punto de equilibrio	843.20	888.46	962.59	1,065.71	1,405.00
producto por arriba del PE	596.80	611.54	657.41	734.29	995.00

FLUJOS DE EFECTIVO Y VPN:		
FLUJOS	meses	VALOR PRESENTE
-\$ 500,000.00	INVERSIÓN	-\$ 500,000.00
\$ 179,040.00	1	\$ 143,232.00
\$ 190,800.00	2	\$ 122,112.00
\$ 213,000.00	3	\$ 109,056.00
\$ 246,720.00	4	\$ 101,056.51
\$ 358,200.00	5	\$ 117,374.98
\$ 1,187,760.00	=Total ganancias anuales	
\$ 687,760.00	= Total Margen del proyecto	
VALOR PRESENTE NETO		\$ 92,831.49
CON UNA TREMA DE 25 % ANUAL		

Otros indicadores Financieros	
INDICADORES	RESULTADOS
PR	4to. Año
Utilidad Promedio	\$ 237,552.00
ROI ó TRC	48%
VPN	\$ 92,831.49

SE ACEPTA EL PROYECTO

Tabla 3: Estado de resultados proyectados a 5 años.

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

En definitiva, tomando en cuenta el precio base del proveedor nacional y su cotización de 100 paneles, por 69 mil dólares, contra el precio de importación, puesto en nuestra empresa, que sería de casi 26 mil dólares; suponiendo que el producto se importara para la empresa que se cotizó y no para un residencia particular, aun así, la importación representaría un ahorro de: alrededor de: \$ 43 mil USD, lo que representa un 62% de ahorro.

Y, aún y cuando se realice el proyecto de inversión sugerido, la importación no solo representa un buen margen de utilidad, sino además, un mayor poder de competitividad para el mercado nacional, ya que se puede ofrecer un mucho mejor precio que la competencia, 500 dólares contra 690 dólares de la competencia, con una utilidad de 250 dólares por panel, ya que el precio cotizado en el país de mayor exportación que Estados Unidos es de 250 dólares también.

Por todo lo anterior planteado en nuestra investigación, podemos concluir que la importación de paneles solares de Estados Unidos a México, es totalmente factible, y puede ser de gran éxito para cualquier empresa que desee invertir en ello y comercializar dicho producto, o; para cualquier empresa que lo quiera importar para su uso particular.

Se recomienda usar este proyecto de investigación, como una pauta para un futuro plan de negocios en la comercialización de paneles solares en México, así como una guía para cualquier empresa que quiera importarlos y con ello obtener un ahorro bastante significativo en su negocio.

Además, se recomienda, que incluso se pueden analizar otros mercados que también puedan ser muy explotables en materia de paneles solares, y con ello además de poder importar, crear una marca y exportar a otros países, siendo México puente para ello, generando mercado nuevo de muchos beneficios no solamente para la empresa sino para la sociedad y para el país.

REFERENCIAS:

- André, F. J., De Castro, L. M., & Cerda, E. (2012). Las energías renovables en el ámbito internacional. *Cuadernos Económicos de ICE*, (83), 11-34. Recuperado de internet: http://www.revistasice.com/CachePDF/CICE_83_810091ECBB9FFCF682FDfE12C77FAB6D.pdf
- Del Giorgio, F. (2012). *Benchmarking en el sector público*. Recuperado de internet: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25886/Documento_completo_.pdf?sequence=1
- Díaz, R., Campaña, E. B., & Mendoza, M. (2011). *Desarrollo sustentable*. (2do. Ed.) México: McGraw-Hill.
- Ferrell, O. C. (2004). Business ethics and customer stakeholders. *The Academy of Management Executive*, 18(2), 126-129. Recuperado de: <http://danielsethics.mgt.unm.edu/pdf/Customer%20Stakeholders.pdf>
- FIDE, Fideicomiso para el ahorro de Energía Eléctrica. (2013). *Alternativa para el financiamiento de sistemas fotovoltaicos en México*. Recuperado de internet: http://www.fide.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=463:septiembre-25-2013-fide-alternativa-para-el-financiamiento-de-sistemas-fotovoltaicos-en-mexico&catid=57:noticias&Itemid=267
- FIDE, Fideicomiso para el ahorro de Energía Eléctrica. (2012). *Casos de Éxito Sustentable*. Recuperado de internet: <http://www.fide.org.mx/images/stories/comunicacion/PDF/casos%20de%20exito-San%20Isidro-opt.pdf>
- Franklin, E. B. (2000). *ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS, Análisis, diseño y estructura*. México: FCA-UNAM.
- González, D. M. (2007). *PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRENDEDORES AL ÉXITO: Metodología para el desarrollo de nuevos negocios*. (1ª. Ed.) México: McGraw-Hill.
- Hernández, A. (2011). *Panel: ISO: 50001 y la gestión energética en México*. Recuperado de internet: http://www.conuee.gob.mx/work/sites/CONAE/resources/LocalContent/7472/3/2011_09_26_ANCE.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández, V. y Hernández, A. (2008). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. (5ta. Ed.) México: Cengage learning.
- Huacuz, J. (2008). ¿Qué ofrecen las energías renovables para el suministro nacional? *Boletín IIE. Instituto de Investigaciones Eléctricas*. Recuperado de internet: <http://www.iie.org.mx/boletin022008/divulga.pdf>
- Koontz, H., & Wehrich, H. (1998). *Administración: una perspectiva global*. México: McGraw-Hill.
- Ruiz, J. (2012). *Guía Análisis Pest*. Recuperado de: http://www.bogota.unal.edu.co/objects/docs/Direccion/planeacion/Guia_Analisis_PEST.pdf
- SIAMI, Sistema de Información Arancelaria Vía Internet. (2015). *Fracción Arancelaria: 85414001*. Disponible en internet <http://www.economia-snci.gob.mx/> Acceso el día 31 de enero de 2015.
- Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. (1996). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Taylor, J. R., & Kinnear, T. C. (1999). *Investigación de mercados. Un enfoque aplicado*. México: McGraw-Hill.
- WEBO SOLAR. (2015) Proveedor de Estados Unidos. Disponible en internet: <http://webosolar.com/store/> Acceso el día 31 de Enero de 2015.



ESTUDIO SOBRE LA COMPETITIVIDAD EN TURISMO DE TULA, TAMAULIPAS

Autor: Lic. Aldo Martín Navarro Sánchez

Coautores: Dr. José Rafael Baca Pumarejo y Mtra. Leticia Varela Salas

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Facultad de Comercio y Administración Victoria

Fecha de envío: 21/Abril/2015

Fecha de aceptación: 22/Mayo/2015

Resumen.

Dentro del presente se pretende determinar un diagnóstico respecto a la competitividad y atractivo turístico de Tula, Tamaulipas como “Pueblo Mágico” y su impacto como centro de atracción turística para el estado de Tamaulipas.

A fines de lograrlo, la investigación se desarrollará de manera cuantitativa exploratoria, recopilando datos por medio de encuestas para poder determinar índices de competitividad y atractivo, a su vez comprobar la percepción que se tiene de dicho destino.

Ya que es necesario hacer notar que, alrededor del mundo, el turismo cultural se ha venido incrementando de manera gradual a lo largo de las dos últimas décadas (Veldez, 2003).

El turismo es una experiencia holística que, según (Jafari, 1985), permite que el turista se hunda en una relación dialéctica entre lo ordinario y lo mágico. Es un hecho incontestable que al hablar de turismo estamos hablando de una de las dimensiones más importantes de la cultura del hombre (Veldez, 2003).

Palabras Clave.

Competitividad, potencial turístico, Pymes, Capital Humano.

Introducción.

A lo largo de cuatro décadas, la creación sucesiva de múltiples complejos turísticos destinados al mercado del turismo recreativo han contribuido a posicionar a México, según la Organización Mundial del Turismo en el lugar número 15 en llegadas de turistas internacionales y en el 23 en ingreso de divisas por turismo internacional. No obstante, a pesar de estas cifras alentadoras, es necesario reconocer que, desafortunadamente, el incentivo fundamental que ha impulsado al turista internacional a visitar México no ha sido su gran riqueza cultural, la cual, permanece aún oculta a los ojos del viajero que busca aventurarse en la fascinación de las costumbres, ritos, lenguas y monumentos que, aunque en una versión inevitablemente modificada, hallarán los conquistadores españoles hace medio milenio (Veldez, 2003).

Planteamiento del problema.

En un interesante artículo publicado en la revista *Annals of Tourism* titulado La promesa y el riesgo del Turismo mexicano se comenta que México es una gran potencia en turismo porque sus complejos turísticos, ecoturismo, turismo, cruceros, y otros sectores en crecimiento representan un gran potencial. Sin embargo sostiene que el país está amenazado por los crecientes problemas políticos, económicos y sociales que podrían malograr esa promesa. Por desgracia México se ha convertido en un lugar cada vez más inseguro para visitar. El crimen de la calle, el tráfico de drogas, la actividad rebelde, y la corrupción del gobierno han seguido creciendo. De manera especial los problemas agravados por la inseguridad manifiesta la problemática mayor para la consolidación de esta Promesa Turística para el país (Cothran & Cothran, 1998).

Un ejemplo palpable de que la seguridad y la salvaguarda es muy importante para los viajeros turísticos es lo que evidencia un estudio reciente llevado a cabo justo en febrero de 2015, acerca de la percepción de la seguridad de los visitantes de un lugar turístico, en el estudio se exploró la percepción de seguridad de los turistas en dos destinos turísticos populares en Texas a lo largo de la frontera México- Estados Unidos (es decir, el Valle Bajo del Río Grande y el área de Big Bend) e investigar el grado en que la solidaridad emocional de los turistas con los residentes predice su percepción de seguridad. La percepción de la seguridad fue mayor entre los visitantes de la zona del Valle Bajo del Río Grande. Además, los visitantes con alto contenido de solidaridad emocional (sobre todo a una dimensión relacionada con la sensación bienvenida) también perciben el destino turístico como relativamente seguro (Woosnam, Shafer, Scott, & Timothy, 2015). Si nos ponemos a pensar la preferencia de visitar el valle de Texas por los connacionales mucho tendría que ver el grado en que perciben la seguridad allende la frontera, siendo este un factor que define el atractivo turístico de esta región.

Por lo anterior la problemática más importante con la que se pueden encontrar a la hora de abordar el turismo en el Estado es, principalmente la inseguridad que se vive en el entorno actual en el país, y por otra parte la poca o nula difusión que se tiene al respecto del turismo cultural de sus pueblos mágicos, así como de las actividades propias y arraigadas de las localidades, mismas que han sido en su mayoría desaprovechadas ante las crecientes olas de visitas turísticas es por ello que mediante esta investigación se pretende localizar y generar las respuestas propias para el máximo aprovechamiento de las capacidades y atractivos con los que se cuenta en la entidad, de manera más específica dentro del pueblo mágico de Tula...ya que al generar los resultados propios se llevará a...(La reactivación de las zonas productivas de Tula, la generación de empleos, etc.)

Justificación.

Es por ello, que esta investigación es importante ya que en el ámbito de la economía, el sector turismo es considerado como un factor prioritario para el desarrollo nacional, debido a su elevada productividad y a la capacidad de generación de empleos (Meixueiro, 2008).

Ante esta circunstancia, es justo reconocer que las altas instancias gubernamentales han comenzado a ocuparse por el impulso del turismo cultural.

Acorde a (Meixueiro, 2006), este estudio es pertinente ya que el turismo es una de las actividades económicas más importantes a nivel global, ya que el papel que tiene en la generación de divisas, de empleos y de inversión lo hace jugar un rol preponderante en las principales economías nacionales.

Además este estudio es estratégico porque la derrama económica por el ingresos de divisa por visitantes internacionales al primer semestre de 2014 en México, fue de 8 mil 435 millones de dólares, lo que representa un aumento de 17.6 % en relación con el mismo periodo del año pasado, de acuerdo con el reporte más reciente del Banco de México.

El estudio que se desarrolla es oportuno porque la derrama económica de nuestra entidad no se queda atrás, también se ha incrementado con respecto al año anterior en un 12.6% con respecto al año anterior lo cual se ve reflejado en más de un millón 600 mil paseantes y una derrama económica arrojada de más de 800 millones de pesos, de los cuales la ciudad de en esta dinámica Tula como pueblo mágico reportó su índice más alto de ocupación hotelera al registrar poco más de un 71%, según informes de la Secretaria de Desarrollo Económico y Turismo de Tamaulipas (2014).

Y es en base a todo esto que es de gran relevancia el hacer hincapié en el desarrollo de la competitividad turística en un país como el nuestro, si los ingresos que se obtienen son de estas magnitudes y se goza de una imagen como destino turístico atractivo, hay que realizar las mejoras pertinentes para lograr una mayor competencia a niveles internacionales.

Objetivos.

Objetivo General

Analizar el Estado de la variable dinámica atractivo turístico basándose en sus productos y servicios para potenciar el desarrollo turístico de Tula, como pueblo mágico en Tamaulipas.

Objetivos Específicos

- Indagar la situación actual de su atractivo turístico como pueblo mágico, esencialmente productos y servicios en Tula, Tamaulipas.
- Describir las principales fortalezas de su atractivo turístico.
- Identificar factores que interfieren en el desarrollo del potencial del atractivo turístico de Tula, Tamaulipas.

- Determinar las áreas de oportunidad y mejora del atractivo turístico actual en Tula, Tamaulipas.

Marco teórico

1.1 El turismo.

El turismo como lo define la Organización Mundial del Turismo, también conocida por sus siglas (OMT), es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*.

El turismo genera directa e indirectamente un aumento en la actividad económica de los lugares visitados, fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse (OMT), lo cual logra un impacto de consideración en la generación de empleos, el impulso de la actividad económica, y desde luego el desarrollo de la locación visitada en primera instancia y más allá de la misma en algunos casos.

Un *visitante* es definido según la (OMT) como una persona que viaja a un destino principal distinto al de su *entorno habitual*, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un *visitante* (*interno*, *receptor* o *emisor*) se clasifica como *turista* (o *visitante que pernocta*), si su *viaje* incluye una pernoctación, o como *visitante del día* (o *excursionista*) en caso contrario.

El turismo se puede definir a su vez en tres formas fundamentales de: el *turismo interno*, *turismo receptor* y *turismo emisor*. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: *turismo interior*, *turismo nacional* y *turismo internacional*. En donde el *turismo interno* incluye las actividades realizadas por un *visitante* residente en el *país de referencia*, como parte de un *viaje turístico* interno o de un *viaje turístico* emisor.

Donde entenderemos como *viaje turístico* designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los *visitantes* son *viajes turísticos*.

Dentro del turismo interno que puede manejarse como el que se efectúa solamente dentro del país de origen, encontramos la aprobación de distintos puntos turísticos propios de las localidades, y aprovechando las proximidades propias de un viaje corto y de placer, más que nada, ya que al encontrarse dentro del mismo país o región, permite una viabilidad considerable en tanto en cuestiones de tiempo como en inversión de recursos.

Por otra parte el *turismo receptor* engloba las actividades realizadas por un *visitante* no residente en el *país de referencia*, como parte de un *viaje turístico* receptor. (OMT), es decir que es aquí cuando las localidades perciben visitantes de puntos fuera del país, tales como lo son los visitantes extranjeros.

Por su parte el *turismo emisor* abarca las *actividades* realizadas por un *visitante* residente fuera del *país de referencia*, como parte de un *viaje turístico emisor* o de un *viaje turístico* interno.

1.2 La actividad turística.

De acuerdo con (Jackson & Murphy, 2002), son los propios gobiernos que identifican el turismo como un posible medio para lograr el desarrollo económico, dada la escasez de puestos de trabajo en los sectores tradicionales de la economía. Los mismos autores afirman que el desarrollo del turismo es ser capaz de producir un destino territorial integrado capaz de atraer y apoyar el volumen que esto puede generar en el futuro.

Las redes globales son particularmente crucial para las empresas de turismo, ya que es una condición esencial de que existen fuertes relaciones entre los proveedores y las empresas, tales como operadores de turismo, necesaria para atraer a los clientes globales y mantener la competitividad en el mercado mundial del turismo (Erkus-Öztürk, 2009). En este contexto, la Organización Mundial del Comercio, por sus siglas (O.M.C.), en el 2003, afirma que la cooperación en muchas áreas del turismo está evolucionando hacia la creación de asociaciones formales, entre las diferentes partes involucradas en los sectores público y privado, considerado fundamental para el aumento de la competitividad de esta actividad.

1.3 La teoría de los stakeholders turismo.

Un destino turístico es la combinación de productos, servicios y experiencias que se ofrecen en una determinada área geográfica bien definida que permite la percepción de los impactos del turismo, así como la gestión de la demanda y la oferta, de una manera que maximiza los beneficios de todas las partes interesadas (Buhalis, 2000). Aplicación de la teoría de los stakeholders a cualquier industria asume que los asuntos morales se convierten en una preocupación que debe revelarse en la gestión de las empresas (Robson & Robson, 1996).

Las estrategias de marketing adoptadas por cualquier destino deben tener en cuenta los deseos y expectativas de todas las partes interesadas, tales como la población residente, los empresarios e inversionistas, turistas, tour operadores, intermediarios y otros grupos de interés. Una de las principales dificultades es para asegurar el uso de los bienes públicos, como los recursos naturales, en beneficio de todas las partes interesadas y al mismo tiempo preservar los recursos para las próximas generaciones. A menudo aparecen conflictos, sobre todo si las partes interesadas tienen la intención de beneficiarse de los recursos existentes en una perspectiva a corto plazo (Buhalis, 2000). Las relaciones entre los agentes del sector turístico, en la perspectiva de (Buhalis, 2000), son claros en la figura 1.

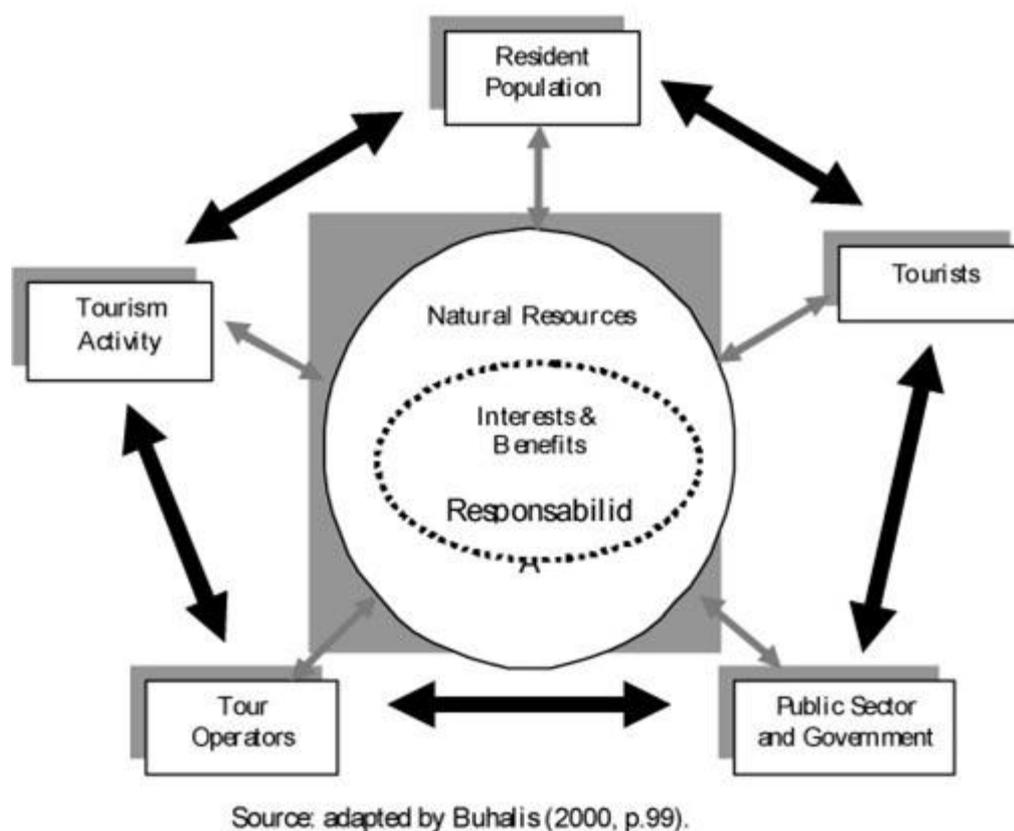


Figura 1.

La teoría de los stakeholders funciona como una herramienta normativa en la planificación del turismo que se puede utilizar para promover la cooperación entre las partes fundamentales que intervienen en el proceso de planificación. La interacción de las partes interesadas ha puesto de relieve la importancia de los recursos de las asociaciones, como una forma de movilizar a los diferentes grupos de organismos que intervienen y coordinar con eficacia los intereses de cada uno (Roberts & Simpson, 2000).

1.4 Las asociaciones en turismo.

(Witt & Moutinho, 1995) afirman que la asociación a través de alianzas estratégicas puede constituir la clave para la supervivencia de las pequeñas empresas en el sector de la hostelería, en los viajes y otros sectores del turismo. Las alianzas pueden ser aplicadas a las pequeñas empresas, a través de la creación de redes de socios. Estas alianzas emergen a la luz de las tendencias de concentración y de internacionalización, relacionadas con el sector y la industria turística.

Long (1997) afirma que las asociaciones de turismo son un conjunto de esfuerzos de cooperación entre las partes interesadas autónomas, que representan a las organizaciones en dos o más sectores con intereses en el turismo, que se unen en un proceso interactivo, utilizando comunes reglas, normas y estructuras, a una organización previamente establecida nivel del mar y en una zona geográfica delimitada, de actuar o tomar decisiones sobre cuestiones relacionadas con el desarrollo del turismo.

Las asociaciones entre los sectores públicos y privados y de una estrecha colaboración entre los proveedores locales constituyen factores esenciales para permitir destinos para ofrecer productos de calidad. Exceder las expectativas del consumidor es una

forma de asegurar el mantenimiento de destino con éxito y en el largo plazo (Buhalis, 2000).

La WTO World Trade Organization (Organización Mundial del Comercio) (2000) define las funciones y responsabilidades de los diferentes organismos que participan en las asociaciones público-privadas en el sector turístico (Tabla 1).

Tabla 1. Objetivos en la creación de Asociaciones Público – Privadas en el Sector Turístico.

Productos	Mercadeo y Ventas
Valorar y Preservar los recursos	Desarrollar la imagen del destino
Establecer estándares de calidad	Desarrollar mercadeo eficiente
Desarrollar atracciones, parques temáticos y alojamiento	Mejorar el alcance y la cobertura de los mercados
Prestar apoyo técnico para el desarrollo de programas innovadores	Proporcionar apoyo para la comercialización y distribución electrónica, incluyendo el Internet
Contribuir al bienestar económico de la comunidad	Proporcionar apoyo a la participación en exhibiciones
Creación de un desarrollo sostenible del turismo	Valorar la cooperación de los programas de mercadeo
Superar las barreras de inversión	Acceso a nuevos mercados
Proteger los consumidores	
Frente a la competencia	
Investigación y tecnología	Infraestructura
Proveer de metodologías de investigación y análisis cuantitativo	Desarrollar carreteras, infraestructura de transportes y servicios básicos
Implementar cuenta satélite de turismo	Garantizar la salud pública y saneamiento
Facilitar los desarrollos tecnológicos	Garantizar la Seguridad
	Desarrollar los sistemas de comunicación
Recursos humanos	Financiamiento
Establecer estándares de calidad y servicio	Obtener inversión y financiamiento
Ofrecer programas de formación y educación	Influencia de la inversión pública
Desarrollar la innovación y la productividad	Obtener inversión inicial

A raíz de un estudio publicado por la O.M.C. (2002), se identificaron los principales objetivos que conducen a la creación de una asociación, de acuerdo con las diferentes áreas de acción. La siguiente tabla resume algunos de los fundamentos que justifican la asociación, por las diferentes partes que componen los agentes del turismo.

1.5 Desarrollo Regional.

El turismo se caracteriza por ser dinámico y poder ayudar a las economías a generar una mayor captación de capitales y afluentes de recursos al atraer a visitantes desde nacionales hasta extranjeros, puede llegar a considerarse como motor del crecimiento económico de las localidades. Como mencionan Franco y Estavão (2009) si a nivel nacional, el atractivo del turismo es importante, a nivel local este sector se presenta como una herramienta esencial en el desarrollo regional, como medio para evitar la desertificación y el estancamiento regional, estimulando el potencial de las regiones más desarrolladas. Por lo tanto es de relevante importancia la atención que hay que avocar a los atractivos turísticos de las localidades propias de ser aprovechadas para con ello potencializar el desarrollo económico que es sustancial para evitar es estancamiento regional. En este contexto encontramos que este sector constituye un

elemento estructural de la dinámica de la economía mundial, ya que se ha establecido como uno de los sectores más importantes en todo el mundo (Piter, 2005).

El turismo cada vez es más competitivo y de mayor afluente de capacidad de captación de visitantes, es por ello que, los destinos turísticos están trabajando en red, en una escala más amplia, para ofrecer una experiencia más satisfactoria para los consumidores del turismo (Gray, 1996) para con ello atraer en mayor medida las miradas de los visitantes que están en busca de nuevas y mejores experiencias, así como de viajes inolvidables y dignos de recordar.

Las redes se consideran un medio importante para crear oportunidades y la transferencia de conocimiento, ya que la acumulación de las redes de relaciones extendidas permite, directa o indirectamente, una mayor percepción del medio ambiente (Franco O., 2006), idea que puede llevar a concebir la primicia de desarrollar la actividad económica afectando en menor medida a los entornos donde se desarrollan, y aprovechando al máximo el potencial que estas locaciones pueden ofrecer.

1.6 Competitividad.

Michael Porter plantea la relevancia de la competitividad de un país y concluye que el éxito de las naciones se debe principalmente a las circunstancias del mismo que apoyan al desarrollo de la estrategia más adecuada para un sector en particular. Explica que las empresas que se encuentran en determinadas naciones logran el éxito internacional ya que son estas las que otorgan características que permiten crear y mantener una ventaja competitiva (Porter, 1990).

Porter a su vez plantea un “Diamante” que consta de cuatro atributos que relacionados entre sí determinan el entorno en el que las empresas locales compiten. A partir de estos factores las empresas pueden desarrollar su ventaja competitiva. Así se tiene:

Las condiciones de los factores. Básicamente trata sobre la mano de obra especializada o infraestructura, es decir a factores de producción de un país o localidad.

Las condiciones de la demanda. Hace referencia a la demanda interna o los servicios del sector, mismos que están en función de las necesidades de los clientes.

Sectores afines y auxiliares. Es decir las industrias proveedoras y relacionadas que pueden formar agrupaciones que colaboran para ser más competitivos o bien llamados *clusters*.

La estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Son las condiciones que conciernen a la creación, organización y gestión de las compañías.

Además, existen dos variables adicionales que se incluyen en esta teoría: el azar y el Gobierno; elementos que pueden influir de manera importante en las industrias (Porter, 1990).

1.6.1 World Economic Forum (WEF)

El Reporte de Competitividad Global que el WEF publica anualmente, muestra que México ha descendido seis puestos con respecto a su posición al año anterior, esto hace denotar la importancia que hay que darle a su competitividad pues lejos de mejorar se ha estado disminuyendo y los indicadores lo marcan. En el siguiente cuadro se muestra la evolución de México del ranking con respecto a los tres últimos años. Denotando a su vez que éste también ha ido disminuyendo conforme los años lo cual es un foco de atención al marcar como en lugar de estar avanzando en competitividad se ha estado retrocediendo con respecto al Ranking de Competitividad Global de los últimos años.

Cuadro 1. Ranking de competitividad global: México
Periodo 2012-2014

Periodo	Puesto	Puntaje
GCI 2012-2013 (Total 144 países)	53	4.36
GCI 2013-2014 (Total 148 países)	55	4.34
GCI 2014-2015 (Total 144 países)	61	4.27

Elaboración propia.

Fuente: Datos extraídos de The Global Competitiveness Report 2014-2015

1.7 Tula, Tamaulipas

1.7.1 Localización y Extensión Territorial

Según (R. Ayuntamiento Tula, 2013) el municipio de Tula, se encuentra entre los 23° 00' 00" de latitud norte; los meridianos 99° 42' 51" de longitud oeste; altitud de 1,173 metros sobre el nivel del mar. Se localiza en el suroeste del Estado, forma parte del cuarto distrito y del altiplano tamaulipeco. Colinda al norte con los municipios de Bustamante, Palmillas y Jaumave; al sur y oeste con el estado de San Luis Potosí y al este con los municipios de Jaumave y Ocampo. Tiene una extensión territorial de 3,062.33 kilómetros cuadrados, que representa el 3.33% del total del estado de Tamaulipas.

1.7.3 Diagnóstico de competitividad de Tula

En el Plan Municipal de Desarrollo de Tula; Tamaulipas, se cuenta con la distinción de ser Pueblo Mágico y es por ello que necesita de servicios públicos de calidad, el objetivo es la realización de acciones básicas municipales de oportunidad, suficiencia y calidad en la limpieza, mejoramiento de vialidad y recolección y manejo de desechos. El Municipio promueve con estas acciones el diseño de programas con sensibilidad social y de eficiencia en la vigilancia del orden público.

1.7.4 Integración del Plan Municipal de Desarrollo

El Plan Municipal de Desarrollo es el resultado de un esquema de trabajo donde participaron todos los actores de la sociedad tulteca. En él, se plasma de manera puntual los deseos y anhelos de los ciudadanos transformándolos a políticas, objetivos y líneas de acción que regirán el actuar del Ayuntamiento 2013-2016.

En él, se impulsa una serie de objetivos y líneas de acción orientadas a brindar el mismo nivel de oportunidades a todos nuestros ciudadanos, fortalecer la economía, promover la conservación de espacios públicos y el medio ambiente así como la seguridad de nuestra gente.

1.7.5 Actividades Económicas

1.7.5.1 Agricultura

Los productos que se cultivan principalmente son: sorgo, girasol, alfalfa, y sábila, maíz, frijol, tomate, chile, cebolla y tuna, en una superficie aproximada de 22,485

hectáreas de temporal y 3,259 hectáreas de riego, y 44,550 hectáreas de superficie maderable y no maderable aproximadamente. (R. Ayuntamiento Tula, 2013)

De las cuales la producción de Alfalfa representó 585 Ton. Que se traducen en \$ 965,250.00

El sorgo representó un total de 436.25 Ton. Lo cual tiene una equivalencia de \$872,500.00

De frijol por su parte se obtuvo una producción de 6 Ton. Que suman un total de \$ 30,000.00

La Sábila representó 306 Ton. con un valor comercial de \$ 918,000

El Maíz producido en su totalidad fue de 3,602.2 Ton. que contribuyen con un ingreso de \$15,359,100

Tomate en malla sombra y en invernadero 7,600 y 4,573.50 Ton. Respectivamente, arrojando un ingreso por \$ 38, 000,000 y \$ 19, 644,00 respectivamente.

Chile, en sus múltiples variedades (seco, verde, verde poblano y morrón), arrojaron una producción de; 8, 19.5, 320 y 1,490 Ton. Respectivamente con un valor de; \$240,000; \$117,000; \$1, 820,000; 11, 920,000 en proporción respectiva.

Cebolla blanca, con una producción de 300 Ton. Con un valor de \$900,000

Datos obtenidos de el informe de Sistemas de Información Agropecuaria y Pesquera, (SIAP, 2011)

1.7.5.2 Ganadería

En la actividad pecuaria se practica la ganadería de explotación extensiva contando con 192,749 hectáreas, en las que se cría ganado bovino, caprino, porcino, ovino, equino y aves. (R. Ayuntamiento Tula, 2013)

De las cuales se pueden dividir en; Bovino, porcino, ovino, caprino y ave; que a su vez se subdividen en ganado en pie y carne en canal, las cuales tienen una producción de; 2,780 y 1,612 Ton. respectivamente con un valor de producción de \$ 39,792,000 y \$ 53,689,000 de igual forma. (SIAP, 2011) con información de las delegaciones de la SAGARPA.

1.7.5.3 Industria

El municipio no cuenta con industria a gran escala, solamente cuenta con industria de pequeños talleres, entre los que destacan pequeñas industrias de transformación: fábricas de paletas, molinos de nixtamal, empacadoras de hortalizas, alfarerías, curtidurías, talabarterías, bloqueras e industria textil. (R. Ayuntamiento Tula, 2013).

1.7.5.6 Comercio

Los principales productos comerciales que se manejan consisten en productos agrícolas no elaborados, productos alimenticios, bebidas, artículos para el hogar, prendas de vestir, equipo de transporte y accesorios. (R. Ayuntamiento Tula, 2013)

1.7.5.7 Artesanías

Por ser un municipio de vocación ixtlera, destacan la cestería, alfarería, bordados, manualidades, talabartería y curtiduría. Entre los productos que se obtienen están las sillas de montar, diversos trabajos en palma, lechuguilla, huaraches y el más representativo de todos el traje típico que representa a Tamaulipas a nivel internacional y mejor conocido como cuera tamaulipeca, el cual representa nuestro simbolismo tamaulipeco y nuestras tradiciones. (R. Ayuntamiento Tula, 2013)

1.7.5.8 Turismo

En este renglón, se puede decir que es la ciudad más importante del denominado cuarto distrito y un centro de artesanías sumamente destacada; también se encuentran las tradicionales chamarras de cuero de cabra o de gamuza, que han llegado a ser un símbolo, representando una fuerte atracción para el turismo nacional y extranjero. Tula representa fielmente aquellas actividades de recreación y cultural en los múltiples atractivos turísticos del municipio como son la Laguna de San Isidro en el ejido La Laguna, la Virgen del Contadero en el ejido Gallitos, las milagrosas Cascadas de Juan Sarabia en el ejido Juan Sarabia, la biznaga más grande del mundo en el ejido 5 de Mayo, la Pirámide de Cuitzillo en el ejido La Laguna, el arroyo de la Muralla, -fósiles de mamut- en el ejido Francisco Villa y la Cascada de Gallos Grandes en el ejido del mismo nombre, por mencionar algunos de los muchos sitios turísticos que presenta el municipio y que gracias a esa diversidad cuenta con la distinción de ser denominado Pueblo Mágico.

2. Método.

Dentro del presente la metodología a utilizar será una combinación entre métodos cuantitativos y cualitativos de manera exploratoria.

Dentro de estos el método cuantitativo se utilizará para recopilar datos, un cuestionario, para recabar los datos sobre el estado de su atractivo turístico que representa la variable tangible Infraestructura y la intangible Políticas Públicas, para ello se consultarán bases de datos y archivos institucionales, índices de percepción turística, y derramas económicas propias de la localidad con respecto a este rubro.

. Así mismo se llevará a cabo la recolección de la información mediante encuestas para determinar índices de percepción de oferta de bienes y servicios turísticos y las políticas públicas favorables al desarrollo de la actividad turística. . La población a estudiar, estará en base a la percepción de turistas recibidos por la localidad, en periodos vacacionales y conformara la muestra representativa para una adecuada obtención de datos y una mayor calidad en la generación de informes e índices a base de los mismos.

El método cualitativo, se implementará mediante la herramienta Focus Group para indagar la percepción y opinión acerca del estado que guardan los niveles de Infraestructura y las Políticas Públicas de los empresarios expertos del ramo turístico y aprovechar su experiencia empresarial para indagar los motivos para tener los niveles de las categorías mencionadas, se llevará a cabo a través de una convocatoria, de estos líderes de opinión y que tengan reconocido liderazgo en la comunidad y cuyas empresas son Pymes de servicios turísticos.

La entrevista de Grupo Focal, esta técnica ha ido en ascenso en la comunidad científica desde la segunda mitad del siglo XX. Se ha utilizado en el desarrollo de la organización (Krueger, 1988; Lachapelle, 2008 ; Rennekamp y Nall, 2004; y White et al. 2008). El método de Grupo Focal ha existido desde la década de 1940 y ha hecho algunas contribuciones a la investigación en ciencias sociales.

3. Resultados.

Al momento de su presentación esta investigación está en proceso de desarrollo, por lo cual aún no se cuenta con resultados concluyentes, sin embargo, se presenta una

estimación de la recopilación y análisis de datos, con lo que se pretende lograr, como lo es el estado según la percepción de los turistas, de su atractivo y el porqué, así como las principales características que consideran de atractivo para sus visitas a la localidad.

Así también, la observación de áreas de oportunidad y aprovechamiento jugará un papel importante dentro del desarrollo de esta investigación ya que para aumentar o mejorar su atractivo turístico y competitividad ante otros destinos turísticos de la localidad es necesario contar con la recopilación y generación de información pertinente, y esto se llevará a cabo mediante la realización y determinación de índices que puedan aportar la mejor opción a la hora de diagnosticar las propuestas pertinentes propias del objeto de estudio.

4. Conclusiones.

El presente estudio espera la obtención de resultados relevantes y cuantitativos que apoyen a la mejora y optimización de Tula, Tamaulipas como “Pueblo Mágico” para contribuir a lograr un mayor índice de competitividad ante los diversos destinos turísticos, así como determinar las áreas de oportunidad y la percepción de atractivo que posee, para poder maximizar y aplicar las mejoras sustanciales, necesarias y pertinentes que ayuden a la localidad a aumentar su generación de empleos, su atracción de turistas y su derrama económica.

No obstante, la investigación actualmente se encuentra en desarrollo, aun en recopilación de datos, razón por la cual aún no se ha llevado a cabo la implementación de un instrumento de análisis propio y por ende no se cuenta con datos a analizar. Sin embargo, se espera en un futuro cercano, un diagnóstico que refleje el grado de información acerca de la percepción de los turistas con respecto a nuestro destino turístico de estudio, así como la determinación del grado de competitividad en la localidad, para con ello valerse de estrategias que ayuden a mejorar de manera favorable y fortuita al actual “Pueblo Mágico”.

Bibliografía

- Aceves, S. y. (1996). "El Patrimonio Histórico Mexicano como Recurso Turístico" en Turismo Cultural en América latina y el Caribe. 92-102.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 97-116.
- Cothran, D. A., & Cothran, C. C. (12 de abril de 1998). Promise or political risk for Mexican tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 477-497.
- Erkus-Öztürk, H. (2009). The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations: the experience of the Antalya tourism region. . *Tourism Management*, 589-597.
- Franco, M. y. (2009). Papel das parcerias público-privadas de turismo no desenvolvimento regional: proposta de um modelo conceptual.
- Franco, O. (2006). Conhecimento em rede como um novo paradigma dentro das organizações: definição, tipologia e modelo de análise. Comunicação. *livro de Actas do 4º Congresso Nacional da Administração Pública " Novos Modelos de Ad.*
- Gray, B. (1996). *Cross-sectoral partners: collaborative alliances among business, government and communities*. In: HUXHAM, C. London: Creating collaborative advantage.
- Jackson, J., & Murphy, P. (2002). Tourism destinations as clusters: analytical experiences from the New World. *Tourism and Hospitality Research*, 36-52.
- Jafari, J. (1985). "The Tourist System. A Theoretical Approach to the Study of Tourism" (Vol. 11). *Loisir et Société*.
- Long, P. (1997). Researching tourism partnership organizations: from practice to theory to methodology. . *Quality Management in Urban Tourism*. Chichester: Wiley, 235-251.
- Meixueiro Nájera, G. (2006). "Las cifras del turismo internacional en México". *Socioscopio* núm.8, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública., 47.
- Meixueiro Nájera, G. (2008). "Impacto de la actividad turística en el desarrollo local". *Socioscopio* núm.48, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Molina, S. (1996). "Turismo Cultural: la experiencia mexicana". *Turismo Cultural en América latina y el Caribe*, 23-29.
- Piter. (2005). Terras do Vouga e do Caramulo: dinamização do turismo em áreas de montanha.
- Porter, M. (1990). "La ventaja competitiva de las naciones".
- R. Ayuntamiento Tula, T. (2013). *Plan Municipal de Desarrollo 2013-2016*.

- Roberts, L., & Simpson, F. (2000). Developing partnerships approaches to tourism in Central and Eastern Europe. In: Bramwell, B. *Tourism, collaboration and partnerships politics, practice and sustainability*. Channel View Publication.
- Robson, J., & Robson, I. (1996). From shareholders to stakeholders: critical issues for tourism marketers. *Tourism Management*, 533-540.
- SIAP. (2011). *Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera*. TULA: SAGARPA.
- Turismo, O. M. (2005-2007). *Entender el turismo: Glosario básico*.
- Veldez Muñoz, R. (2003). *Turismo Cultural: la Experiencia Mexicana*. (Vol. 3). Rio de Janeiro, Brasil: Cuaderno Virtual de Turismo.
- Witt, S., & Moutinho, L. (1995). *Tourism marketing and management handbook*. . New York: Prentice Hall International.
- Woosnam, K. M., Shafer, C. S., Scott, D., & Timothy, D. J. (12 de febrero de 2015). Tourists' perceived safety through emotional solidarity with residents in two Mexico–United States border regions. *Tourism Management*, 46, 263-273.



**LA AUTONOMÍA, EL TAMAÑO Y LA ORIENTACIÓN DE
MERCADO DE LA EMPRESA COMO ELEMENTOS
NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE
PROVEEDORES EN LAS CADENAS DE VALOR DE LAS
EMPRESAS DE ELECTRODOMÉSTICOS: ESTUDIO
PRELIMINAR.**

Autores:

Oscar Eli Velarde Moreno
oavelarde@gmail.com

Mónica Blanco Jiménez
monibalco77@gmail.com

Juan Carlos Martínez Manríquez
carlmme@yahoo.com.mx

Nacionalidad de los autores: mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 06/Mayo/2015

Resumen:

El siguiente estudio es un análisis preliminar referente al desarrollo de proveedores en el sector de electrodomésticos de modo que se detallan los antecedentes de la industria y 3 factores determinantes: Tamaño de la empresa, Orientación de mercado de la empresa y autonomía de la empresa. Este artículo se realiza con el objetivo de confirmar la importancia de estas variables en Monterrey. Debido a que es una investigación preliminar los resultados van más enfocados a la confirmación del uso de las variables.

Abstract:

The following investigation is a preelimirar analisis regarding supplier development in the appliance industry, therefore it details the antecedents of the industry and three key factors: Size of the firm, Market orientation of the firm, Autonomy of the firm. This article has been assembled with the objective of

corroborate those variables in Monterrey. Due to this being a preelimirar investigation, the results are oriented to ratify the variables.

Introducción

El presente trabajo es un estudio al ser un estudio preliminar incluye los antecedentes de la industria de electrodomésticos en Nuevo León, los objetivos de la investigación, hipótesis y justificación del estudio. También se incluye el soporte teórico de las variables en el marco teórico y el método, resultados y conclusiones de la investigación.

Antecedentes

La industria de electrodomésticos en México y Nuevo León

Los estudios recientes de la CLELAC (2013), dividen a los electrodomésticos en 4 sectores de acuerdo al tipo de bienes producidos, como los son los aparatos de línea blanca, los de línea marrón, refrigeración industrial y refrigeración y calefacción.

Considerando todos estos, nos encontramos con que actualmente México es uno de los principales países exportadores de electrodomésticos, un estudio (Pro México, 2011), revelo que el país ocupa el sexto lugar a nivel mundial. Los Datos más relevantes del sector en México pueden encontrarse en la siguiente tabla:

Tabla 1 Composición del sector de electrodomésticos en México

	Personal ocupado		Valor agregado		Producción Bruta		Unidades Económicas	
Total Nacional	74,751	100%	25,593	100%	72,885	100%	559	100%
Fabricación de sistemas de aire acondicionado y calefacción	12,566	16.8%	6,903	27%	15,615	21.4%	203	36%
Fabricación de refrigeración industrial y comercial	10,196	13.6%	3,456	13.5%	9,916	13.6%	96	17%
Fabricación de enseres electrodomésticos menores	12,051	16.1%	2,543	9.9%	5,947	8.1%	71	13%
Fabricación de aparatos de línea blanca	39,938	53.4%	12,691	49.6%	41,407	56.8%	189	34%

Fuente: Extraído de CLELAC 2012 en base a Estadísticas de la secretaría de economía.

Nuevo León es uno de los estados más destacados en el ámbito de electrodomésticos, su producción bruta de es de 3.2 billones de dólares, de los cuales 1.1 corresponden a bienes importados, lo cual equivale al 65.5 % del contenido nacional, comparado con el 43.8 % en el sector automotriz (CLELAC, 2013). Los datos más importantes del sector pueden encontrarse en la siguiente tabla:

Tabla 2 Composición del sector de electrodomésticos en México

	Producción Bruta		Personal ocupado		Valor agregado		Unidades Económicas	
Total	27,072	100%	18,181	100%	9,699	100%	103	100%
Fabricación de sistemas de aire acondicionado y calefacción	10,788	59.3%	6,021	33.1%	4,920	27.1%	55	53.4%
Fabricación de refrigeración industrial y comercial	5,349	29.4%	4,807	26.4%	2,215	12.2%	23	22.3%
Fabricación de enseres domésticos menores	554	3.0%	1,786	9.8%	195	1.1%	9	8.7%
Fabricación de aparatos de línea blanca	10,380	57.1%	5,567	30.6%	2,492	13.7%	16	15.50 %

Fuente: Extraído de CLELAC 2012 en base a Estadísticas de la secretaría de economía.

El desarrollo de proveedores o eslabonamiento hacia atrás, es un tema relativamente antiguo/viejo, Hirshman (1958) consideraba que la creación de eslabonamientos hacia atrás, era una de las mejores estrategias que podían emplear los países en vías en desarrollo, ya que él pensaba que las empresas multinacionales que

se establecían en los países y añadían proveedores locales a su cadena productiva contribuían al desarrollo de esos proveedores, lo que a su vez generaría un desarrollo regional social y económico, de esta manera el gobierno tendría que invertir menos dinero para generar dicho desarrollo. Dentro de sus estudios, destacó los casos de México y Colombia.

En 1994, con el tratado de libre comercio del TLCAN, la inversión extranjera directa en México se disparó, dando entrada a muchas empresas multinacionales que venían a instalarse en territorio nacional principalmente para exportar a Estados Unidos. Este auge de empresas transnacionales que ha impactado positivamente en las exportaciones de México a lo largo de los años, ha hecho que los investigadores se preocupen de una cuestión muy importante, que es el grado de contenido nacional en los productos de las empresas multinacionales. Un estudio de Brannon et al. (1994) reveló que la integración de insumos nacionales en México de las empresas maquiladoras en la frontera era de apenas un 2% debido a la falta de eslabonamientos hacia atrás en las diferentes industrias.

Sin embargo a partir de 1994 con la aplicación de las Reglas de Origen de los TLC se exige un contenido regional que permite por lo menos un aseguramiento de proveeduría mexicano, ya que de acuerdo a las reglas, las mercancías con un porcentaje de contenido regional son consideradas libres de arancel al exportarse a Estados Unidos y Canadá.

Por lo que éstas reglas han permitido un crecimiento de proveeduría nacional, como se muestra en los datos del INEGI (2012) nos muestran que existe un

incremento en el porcentaje de insumos nacionales en las empresas con un aproximado de 40%, sin embargo no todas los estados ni industrias tienen la misma cantidad de insumos integrados, de acuerdo a un estudio del Clúster de electrodomésticos (2013), la industria de electrodomésticos tiene un mayor porcentaje de insumos nacionales que la industria automotriz.

Pregunta de investigación

¿Cuáles es el impacto de la autonomía, el tamaño y la orientación de mercado de la empresa en el desarrollo de proveedores nacionales a través de Eslabonamientos hacia atrás en las empresas multinacionales de electrodomésticos en Nuevo León?

Objetivos de la investigación

Determinar si existe un impacto de la autonomía, el tamaño y la orientación de mercado de la empresa en el desarrollo de proveedores nacionales a través de Eslabonamientos hacia atrás en las empresas multinacionales de electrodomésticos en Nuevo León.

Justificación y Viabilidad

Las empresas multinacionales que creen eslabonamientos hacia atrás con empresas nacionales podrán optimizar sus operaciones industriales al obtener los siguientes beneficios como: tiempos de entrega más cortos; precios más bajos;

tiempos de respuesta más rápidos; flujo de información más próximo; supervisión de los proveedores más accesible; flexibilidad en modificaciones de los productos, etc.

Hipótesis

Los factores que impactan en el desarrollo proveedores en la cadena de valor de las empresas de electrodomésticos en Nuevo León son: el Tamaño de la Empresa, la Autonomía de la Empresa, la Orientación de mercado.

Marco Teórico

Variable dependiente

Una de las formas en que se mide el desarrollo de proveedores, es por el grado de eslabonamientos hacia atrás, el termino eslabonamientos hacia atrás es definido como aquellas relaciones entre empresas en donde una compañía compra bienes y servicios como sus insumos de producción en forma regular de una o más compañías dentro de la cadena de producción (Battat et al., 1996).

Existen eslabonamientos hacia atrás y adelante, donde los eslabonamientos hacia atrás se refieren a la integración de proveedores a la cadena de producción de una empresa, y los eslabonamientos hacia adelante con los distribuidores o vendedores del bien final, de estos, los investigadores coinciden en que los más

importantes son los eslabonamientos hacia atrás con los proveedores de componentes (UNCTAD, 20001; Lall, 1996).

Hirshman (1958), puso de moda el termino, enfocándolo a las firmas que se expandían a otros países en desarrollo por medio de una estrategia de inversión extranjera directa, donde las subsidiarias de dichas empresas, establecían eslabonamientos hacia atrás con proveedores locales.

Es complicado saber a ciencia cierta cuál es el grado de eslabonamientos hacia atrás generados, algunas investigaciones han medido la creación de eslabonamientos hacia atrás, mediante el porcentaje de insumos nacionales que forman parte de los productos terminados (Brannon et al.; Turok 1997).

Otras investigaciones lo han medido de acuerdo al grado de transferencia tecnológico de las empresas multinacionales a sus diversos proveedores, considerando el entrenamiento, y asistencia brindada.

En esta investigación, la creación de eslabonamientos hacia atrás o el desarrollo de proveedores se medirán de acuerdo al porcentaje de insumos adquiridos con los proveedores nacionales.

En la literatura existen diversos modelos utilizados en diferentes países y sectores, Giroud (2007), elaboro un estudio en Vietnam y Malasia para comparar que tanto las empresas multinacionales de ambos países creaban eslabonamientos hacia atrás, los resultados fueron significativos y mostraron que las subsidiarias instaladas en Malasia

tenían una tendencia a crear mayores eslabonamientos que las subsidiarias en Vietnam.

En 2012 (Alkhatatneh) realizo una investigación a 3 industrias, intentando comprobar la existencia de eslabonamientos hacia atrás y la transferencia tecnológica en Jordania, donde la mayoría de sus variables fueron significativas.

Variables independientes

Tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa se mide de diferente manera dependiendo de los países, algunos de los factores que ayudan a determinar el tamaño de la empresa son las ventas, el personal ocupado, los ingresos y los activos fijos, (INEGI, 2009).

En México el criterio para el tamaño de la empresa está definido en el Diario Oficial de la federación, (2009) en el cual se establece que los criterios para medir el tamaño de las empresas son la cantidad personal empleado y las ventas anuales. Los tamaños de la empresa en México pueden ser micro, pequeña, mediana y grande.

Por otra parte, hay otros autores como Alkahataneh (2011) que define el tamaño de la empresa en base únicamente a la cantidad de personal ocupado, en Venezuela, Aitken y Harris (1999) realizaron un estudio para ver si las empresas multinacionales realmente estaban beneficiando a los proveedores locales, donde concluyeron que se podía medir el tamaño de la empresa a través del personal ocupado, acciones y retorno de ventas.

Hay estudios científicos que concluyen que el tamaño de la empresa si afecta el desarrollo de eslabonamientos hacia atrás, Giroud (2003) que encontró que las Subsidiarias más grandes obtienen sus productos de proveedores locales menos frecuentemente, Pous (2005) en sus investigaciones encontró que el tamaño de la firma si es un factor positivo en cuanto a la creación de eslabonamientos hacia atrás. De acuerdo a la investigación que realizó, las empresas que son más grandes suelen estar más integradas a una red interna global de suministros, lo que ocasiona que obtengan sus insumos de dicha red, mientras que empresas que son menos grandes y no están integradas en esa red global, son más propicias a generar eslabonamientos hacia atrás con proveedores locales.

Sin embargo, también hay estudios como el de Tavares y Young (2002) que no encontraron una relación entre el tamaño de las empresas y los insumos importados, por lo cual no habría una relación entre el tamaño de la firma y los eslabonamientos hacia atrás. Al igual que Driffield y Noor (1999) que encontraron que una vez que los costos de transacción son incluidos, el tamaño de la firma deja de ser un factor importante.

Giuliano en 2008 realizó una investigación utilizando la variable del tamaño de la firma sin conseguir resultados positivos. Finalmente Alkhatatneh en 2011 realizó un estudio en Jordania donde las subsidiarias más grandes transfirieron más tecnología que las pequeñas, evidenciando un mayor desarrollo de eslabonamientos.

Existe entonces suficiente evidencia para creer que el tamaño de la empresa es un factor determinante para la creación de eslabonamientos y así incluirlo en esta investigación para su aplicación en el ramo de los electrodomésticos.

Orientación de mercado de la empresa

De acuerdo a la UNCTAD (2001), la orientación de mercado de la empresa, es una estrategia de inversión de las EMN. Se dice que una empresa tiene una orientación de mercado de exportación, cuando una EMN se instala en un país buscando principalmente exportar, y se dice que las empresas que no son orientadas a la exportación, son aquellas cuya principal actividad es vender en el mercado local.

Para Smarzynska (2002; 2004), había 3 niveles de orientación a la exportación, primero estaban las empresas que exportaban hasta el 33% de su producción total, en el siguiente grupo estaban las empresas que exportaban del 34% al 66% y el resto las que exportaban del 67% al 100%.

La literatura nos sugiere que las empresas con una estrategia mayormente enfocada a la exportación, desarrollan menos eslabonamientos hacia atrás con los proveedores locales, que aquellas empresas con una orientación hacia el mercado local (UNCTAD, 2001). Altenburg (2000) considera que las empresas orientadas a exportar generan menos eslabonamientos hacia atrás, aunque estos son los más competitivos y sostenibles.

Smarzynska (2002; 2004) y Alkhatatneh (2012) realizaron estudios en Lituania y Jordania, y sus resultados mostraron que las empresas que generaban más eslabonamientos hacia atrás eran las que estaban enfocadas en el mercado local.

Una de las posibles causas para estos resultados previos es que las empresas que se enfocan mayormente a la exportación, tienen requerimientos y estándares de calidad mucho más difíciles de cubrir que las empresas que se dedican su producción al mercado local (Altemburg 2000; Smarzynska 2002; 2004; Alkhatatneh 2012).

Dentro de esta investigación, es importante incluir la variable de la orientación de mercado de la empresa, debido a que algunas investigaciones (Brannon et al, 1994; Jiménez 2012) nos muestran que una de las problemáticas más grandes de las empresas para la utilización de proveedores nacionales es la calidad de los productos. Además un estudio de Pro Mexico (2010), nos muestra que existen varias normas de calidad en el sector de electrodomésticos.

Autonomía de la empresa

De acuerdo a Jindra (2009), existen 2 tipos de roles de las empresas multinacionales, el primero en el que la subsidiaria se encuentra en una enorme red donde las estrategias y decisiones las toma una oficina central, y la segunda permite a cada unidad un nivel de determinación propia, y se enfoca en la estrategia de la subsidiaria. A esto se le llamo nivel de autonomía de la empresa o nivel de iniciativa.

Por su parte, Alkhatatneh (2012) define a la autonomía de la subsidiaria como el grado de dependencia que una EMN le brinda a su subsidiaria en términos de donde obtener los insumos de su actividad manufacturera.

En la literatura Brannon et al. (1994), hizo alusión a esta variable, pero la conceptualizo como el grado de centralización de las compras, que básicamente nos habla de la estrategia de las empresas multinacionales para realizar las compras.

En cuanto a la relación de la variable de autonomía de la subsidiaria respecto al desarrollo de proveedores o creación de eslabonamientos, encontramos que es muy posible que el grado de autonomía afecte el abastecimiento: una mayor autonomía influye positivamente en la creación de eslabonamientos (UNCTAD 2001).

Un estudio elaborado por Brannon et al. (1994), mostro, mediante los resultados de una encuesta a los Gerentes generales de las subsidiarias que cerca del 50 % de las empresas encuestadas no podían integrar proveedores a la cadena de producción, debido a que no se lo permitían sus oficinas centrales. Giroud y Mirza (2006) muestran que la autonomía de las empresas fue un factor determinante en la creación de eslabonamientos hacia atrás, siendo las de mayor autonomía las que generaban más eslabonamientos.

En Jordania, la investigación de Alkhataneh (2012) a varias empresas de diferentes industrias muestra que la autonomía de las empresas afiliadas fue un factor determinante para la creación de eslabonamientos hacia atrás y para generar transferencia tecnológica.

Una posible causa es que las empresas subsidiarias que no tienen autonomía en las decisiones de compra, realicen sus compras dentro de una red de proveedores globales que abastece toda la red de subsidiarias.

La importancia de esta variable en la presente investigación se da en gran manera al analizar los estudios previos de Brannon et al. (1994), donde vemos que esta era el factor más importante en México para la creación de eslabonamientos hacia atrás

Método

Debido a que esta es una prueba preliminar para reafirmar el uso de las variables, el tipo de investigación es exploratoria y descriptiva no experimental, en cuanto a las técnicas de investigación, se utilizan la investigación documental, bibliográfica y la investigación de campo. Respecto a la técnica documental y bibliográfica, se utilizan principalmente las bases de datos del INEGI. En el caso del estudio de campo,

La técnica para recolección de datos es una encuesta que se aplicó a trabajadores de diversas ramas de la industria manufacturera, especialmente en el área de compras, donde en base a 17 preguntas elaboradas en escala de Likert del 1 al 5 donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, los encuestados opinan respecto a las 3 variables en base a su experiencia.

Análisis de resultados

En el primer bloque en lo referente al tamaño de la empresa los resultados mostraron que la opinión es que las empresas pequeñas son quienes desarrollan mayormente a los proveedores, en Nuevo León de acuerdo con EmPeMay04, y que el tamaño de la empresa si es un factor determinante de acuerdo a los resultados de TamDeEm02 y TaEmPro06 que miden lo determinante del tamaño de la empresa—Tabla 3—.

Tabla 3 Resultados de tamaño de la empresa.

Clases	PeqEmp01	TamDeEm02	PeqEmAL03	EmPeMay04	GrEmInLc05	TamEmPro06
1	3	1	1	0	5	0
2	7	2	2	6	6	1
3	3	5	2	5	6	5
4	9	14	12	10	5	8
5	4	4	9	5	4	12

Fuente: de elaboración propia en base a la aplicación de encuestas.

En el segundo bloque de orientación de mercado de la empresa los resultados mostraron que la opinión es que las empresas locales cuentan con la calidad adecuada para satisfacer estándares de calidad de las empresas extranjeras de acuerdo a CompCal07 pero estas no tienen como prioridad el desarrollo de proveedores según EmpExMO08, mayormente son las empresas que buscan satisfacer la demanda del mercado local y evadir restricciones a las importaciones las que si lo hacen considerando los resultados de EmAccPro09, EmTLC10 y EmMerDo12 que miden cuando las empresas desarrollan proveedores—Tabla 4—.

Tabla 4 Resultados de Orientación de Mercado de la Empresa

Clases	CompCal07	EmpExMO08	EmAccPro09	EmTLC10	EmEvaRes11	EmMerDo12
1	9	3	0	0	1	1
2	9	2	3	3	5	3
3	6	5	3	6	8	5
4	0	9	13	11	8	14
5	2	7	7	6	4	3

Fuente: de elaboración propia en base a la aplicación de encuestas.

En el tercer bloque de la autonomía de la empresa los resultados muestran que la opinión es que las empresas extranjeras buscan proveedores locales, excepto cuando ya tienen una red de proveedores preestablecida de acuerdo a EmpRed21, y que es difícil para las empresas locales el integrarse a la cadena de suministro de las subsidiarias que carecen de autonomía considerando los resultados de EmpDecEx22—
Tabla 5—.

Tabla 5 Resultados de Autonomía de la Empresa

Clases	EmpLoc19	EmpMatEx20	EmpRed21	EmpDecEx22	EmpExAut23
1	1	2	3	0	2
2	3	4	5	3	8
3	9	8	5	6	5
4	11	6	10	12	6
5	2	6	3	5	5

Fuente: de elaboración propia en base a la aplicación de encuestas.

Conclusiones

En base al análisis de resultados podemos concluir que de acuerdo a la percepción de los expertos, el tamaño de la empresa es un factor importante para el desarrollo de proveedores, así como también lo es la orientación de mercado de la empresa y la autonomía de la empresa, sin embargo los resultados mostraron que la percepción contrario a la mayoría de las investigaciones, es que las empresas extranjeras pequeñas son las que más desarrollan proveedores.

No se pudieron establecer correlaciones ni hacer análisis de regresión debido a que la encuesta se elaboró en base a una percepción muy general, y no se pudo

elaborar de otra manera debido a la dificultad de obtener los datos, tampoco se encuestó a trabajadores del area de electrodomésticos ya que el instrumento de medición es preeliminar y un uso prematuro de las fuentes de información podría afectar a futuros resultados. Se espera que en una futura investigación se pueda elaborar una encuesta de este tipo ya directamente a gerentes de las áreas pertinentes de la industria de electrodomésticos.

2 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aitken, B., J. & Harisson, A.E., (1999), "Do domestic firms benefit from direct foreign investment? Evidence from Venezuela", *American Economic Review*, Vol. 89 No. 3, pp 605-618.
- Altenburg, T., (2000), "Linkages and spillovers between transnational corporations and small and medium-sized enterprises: Opportunities and best policies", in UNCTAD, ed., *TNC-SME Linkages for Development: Issues-Experiences-Best Practices*, New York and Geneva, United Nations.
- Battat, J., Frank, I., & Shen, X., (1996), "Suppliers to Multinationals. Foreign Investment Advisory Service. Occasional Paper 6. The International Finance Corporation and the World Bank.
- Brannon, J., James, D., & Lucker., W. (1990). *Backward Linkages(or lack there of) from Maquiladoras to Mexican Local Suppliers*. Southwest Economics Association .
- Castellani, D. and Antonello Zanfei (1998). "Multinational growth and the creation of linkages with local firms: evidence from the electronics industry", (Italy, University of Urbino), 5-6 June.
- CLELAC. (2013). <http://www.clelac.org.mx/>. Recuperado el 20 de MAYO de 2014, de <http://www.clelac.org.mx/>: <http://www.clelac.org.mx/nacional.php>
- Driffield, Nigel and Noor, Abd H.M. (1999). *Foreign direct investment and local input linkages in Malaysia*. *Transnational corporations*, 8 (3), pp. 1-25.
- Giroud, A., (2003), *Transnational Corporations, technology and economic development: Backward linkages and knowledge transfer in South East Asia*, Cheltenham, Northampton:
- Giroud, A., (2007), "MNEs vertical linkages: the experience of Vietnam after Malaysia", *International Business Review*, Vol.16, No. 2, pp.159-176.
- Giroud, A., & Mirza, H., (2006), "Multinational enterprises and local input linkages in Southeast Asia", *Transnational Corporations*, Vol.15, No. 3, pp. 1-32.
- Giuliani, E., (2008) "Multinational Corporation and Patterns of local Knowledge Transfer in Costa Rican High-Technologies", *Development and Change*, Vol.39, No. 3. pp. 385-407.
- Hirschman, A. (1958). *The Strategy of Economic Development*. New Haven .

Ikuho, Jiménez Castañeda, R., & Ponce Rodríguez, R. A. (2011). *Vertical Integration or Disintegration? A Bargaining Model of the Maquiladora's Case*. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, vol. 21 (núm. 41), 101-118.

Inegi. (2013). <http://www3.inegi.org.mx/>. Recuperado el 20 de mayo de 2014, de <http://www3.inegi.org.mx/>:

<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>

Jindra, B; Giroud, A. & Scott-Kennel, J. (2009) "Subsidiary roles, vertical linkages and economic development: Lessons from transition economies", *Journal of World Business*, Vol. 44, No. 2, pp.167-179.

Kumar, N., 1998. *Multinational enterprises, regional economic integration, and export-platform production in the host countries: an empirical analysis for the US and Japanese* *Weltwirtschaftliches Archiv*. 134 3 , 450–483.

Lall, S., (1996), *Transnational corporations and economic development*. In: UNCTAD, Ed, *Transnational corporations and world development*. London, Boston: International Thomson Business Press.

Paus, E. (2005), *Foreign Investment, Development, and Globalization. Can Costa Rica Become Ireland?* Basingstoke: Palgrave-Macmillan.

Proméxico.(2011).www.promexico.gob.mx. Recuperado el 30 de Agosto de 2013, de www.promexico.gob.mx:http://www.promexico.gob.mx/es_us/promexico/Electrodomesticos2

Rodriguez-Clare, A., (1996). "Multinationals, Linkages, and economic development", *American Economic Review*, Vol. 86, No. 4, pp.852-873.

Smarzynska, B., (2002), *Determinant of Spillover of Foreign Direct Investment through Backward Linkages*, *World Bank Policy Research Working Paper 2923*.

Sklair, L. (1993). *Assembling for development*. San Diego: Center for U.S.–Mexico Studies.

Tavares, A. & Young, S., (2002), *Sourcing patterns of multinational subsidiaries in Europe: testing the determinant*. University of Central Lancashire, UK.

Turok, I. (1997), "Linkages in the Scottish electronics industry; Further evidence". *Regional Studies*. Vol. 31, No. 7 pp 705-711.

UNCTAD (2001), *World Investment Report. Promoting Linkages*. Geneva and New York: United Nations Conference on Trade and Development.

Zanfei, Antonello (2000). "Transnational firms and the changing organisation of innovative activities", *Cambridge Journal of Economics*, 24, pp. 515-542.



FEMSA: UN GRUPO ECONÓMICO NACIONAL

Primer Autora: Dra. Beatriz Pérez Sánchez
Institución De Adscripción: Universidad Juárez Autónoma De Tabasco
Dirección: Calle Tabasco Número 115 Colonia Gil Y Sáenz
Código Postal 06080 Villahermosa, Centro, Tabasco, México
Correo Electrónico: Beatrizperez10@Hotmail.Com
Nacionalidad: Mexicana

Cuarto Autor: Estudiante Jesús Alberto Morales Méndez
Institución De Adscripción: Universidad Juárez Autónoma De Tabasco
Dirección: Calle Romelio Oropeza De La Cruz Número 143 Fraccionamiento Jalapa
Código Postal 86850 Jalapa, Tabasco, México
Correo Electrónico: Alberto1289@Hotmail.Com
Nacionalidad: Mexicano

Fecha de envío: 19/Marzo/2015
Fecha de aceptación: 20/Mayo/2015

RESUMEN

Analizar como los grupos económicos o corporativos deben adaptarse a entornos dinámicos e inestables tanto en el ámbito nacional e internacional, así como la influencia política que logran alcanzar por su poder económico, sigue siendo vigente en la era de la globalización de los mercados. En México el rol de los grandes corporativos en el crecimiento y desarrollo del capitalismo permite visualizar sus estrategias. Se particulariza el caso de FEMSA en un periodo de estudio de 1899 a 2013. En el porfiriato, entre 1890 y 1910 se da una marcada diversificación de las inversiones que iniciaron tanto industrias dedicadas a abastecer el consumo productivo (grandes fundiciones, cemento, vidrio) como el consumo personal (cerveza y otras bebidas, textiles, artículos para higiene, materiales para la construcción, alimentos elaborados), el ramo minero, el crédito y los bancos, la propiedad y explotación de la tierra, los servicios y el transporte. En 1891 se creó la Fábrica de Cerveza y Hielo Cuauhtémoc comenzó a operar a finales de 1891 y es el origen de Femsa.

Palabras clave

Grupo económico, estrategias, corporativo, historia económica.

Introducción

Las unidades económicas básicas del sistema capitalista son las empresas que producen los bienes materiales y servicios para satisfacer necesidades humanas. No obstante, los cambios globales han puesto a discusión la concepción misma sobre la empresa y los empresarios, por lo cual es necesario revisar de forma crítica las diferentes aproximaciones teóricas al tema a fin de sistematizarlas y reflexionar en torno a los grandes corporativos, grupos económicos o grandes empresas. De acuerdo con Leff, los grupos económicos de México como país menos desarrollado se originan por conocidas imperfecciones del mercado, su participación en líneas de productos diversificados confiere un manifiesto atractivo en las economías sujetas a riesgos e incertidumbres propios de la inestabilidad y el rápido cambio estructural (Leff, 1984). Las estrategias de las organizaciones ante la globalización representan un objeto de estudio en sí mismo, pero es necesario abstraerlas en relación al conjunto de la economía, es decir estudiar un corporativo con la intención de que al ver su evolución y transformaciones que implican innovaciones tecnológicas y formas de organización de la producción, se posibilite conocer también el desarrollo económico mexicano. No se puede olvidar que las potencialidades de crecimiento que trae consigo la globalización se limitan en su aprovechamiento y los procesos de exclusión y estancamiento de sectores y zonas enteras del globo, por ello la investigación acerca del comportamiento empresarial exitoso es importante y requiere la identificación también de sus contradicciones. El grupo económico o corporativo como categoría superada de la gran empresa en el proceso de acumulación capitalista muestra un desigual desarrollo en México. Constituye una ruptura institucional y organizacional de la acumulación, es una forma avanzada de la valorización del capital, que desplaza a la empresa como locus de acumulación y poder.

La historia de FEMSA no escapa a esta realidad, la necesidad de crecer, competir y acumular, determinan que los grandes capitales adopten formas más complejas de organización corporativa. Durante el siglo XIX y principios del XX, la producción para el mercado interno y exportación de bienes primarios, era aún el centro vital del proceso de acumulación de capitales. La incipiente industria latinoamericana era una actividad subordinada. Es tan sólo cuando sobreviene la crisis de la economía capitalista internacional en 1929 y con ella la aparición de múltiples desordenes en el contexto mundial, que se interrumpe en forma radical la acumulación de capitales basada en la producción de bienes primarios para la exportación. El eje de la acumulación se desplaza gradualmente hacia la industria.

Objetivo General

Investigar la evolución del grupo económico FEMSA, mediante el análisis de variables tales como las ventas y las estrategias competitivas que han encaminado al corporativo a ser una empresa exitosa en el periodo 1982-2013.

Método

Los métodos que se utilizaron fueron: 1) El método histórico-crítico que describirá su evolución; 2) El método analítico con un enfoque dinámico, que permitirá visualizar sus ventas y estrategias; y 3) El método comparativo que buscará contrastar el crecimiento del corporativo en el contexto de la economía mexicana.

Aspectos Teóricos

Las empresas desarrollan estrategias competitivas en el interior de las mismas que significan: adoptar determinadas estructuras corporativas, decidir sobre la incorporación de innovación tecnológica como factor de competencia y asumir modos de organización de relaciones laborales, así como de gobierno y monitoreo corporativos; hacia fuera: las acciones estratégicas buscan por una parte, desarrollar diferentes relaciones de competencia en las industrias donde participan, incluyendo la posibilidad de establecer relaciones de cooperación con otras empresas del país o del exterior y por otra significa resolver a nivel nacional o internacional las relaciones financieras necesarias para asegurarse los fondos que le permitan sustentar dichas estrategias, pero también para lograr la centralización de capitales y la rentabilidad especulativa por esta vía.

En el marco de sus acciones estratégicas las empresas pueden establecer diversos vínculos individuales o colectivos con los gobiernos de sus países de origen y con otros gobiernos, para procurarse los medios que les permitan concretar sus fines estratégicos. Determinan la conducta de las grandes empresas las diferencias de intereses y propósitos de poder para tener mando económico de unos actores sobre otros, lo que remite a la dinámica de las empresas, las industrias y el gobierno como formas institucionales mediante las cuales se relacionan individuos y grupos con dichas diferencias e intereses. En particular para las empresas, estas diferencias y conflictos de intereses operan junto con los aspectos técnicos, económicos y organizacionales, como determinantes significativos de su comportamiento.

Existen divergencias potenciales de intereses con otras empresas y con las autoridades públicas. En este contexto, la evolución y cambio de las grandes empresas se explica

a partir de condiciones propias y circunstancias dadas por los procesos que se desarrollan por la interrelación compleja entre los cambios macroeconómicos y sectoriales a nivel nacional e internacional, con la propia evolución de estas grandes empresas y las respuestas estratégicas ofrecidas por ellas. La evolución de las empresas en cuanto a su tamaño, así como las relaciones que se establezcan en las empresas entre integración, diversificación y descentralización dentro de sus estrategias de crecimiento, será resultado del modo en que cada una de ellas enfrente e internalice las determinaciones complejas que le impone su proceso evolutivo (Garrido, 2000).

El empresario toma decisiones dirigidas a la consecución de los objetivos que la empresa se ha propuesto y debe tomar decisiones con respecto a su futuro. Los temas de consolidaciones, fusiones y compañías holding proporcionan una comprensión básica de los principios de estos tipos de expansión externa. Con frecuencia, las empresas que buscan obtener capacidad adicional para diversificar o emplear el exceso de liquidez considerarán el desarrollo externo como una posible alternativa. Los tipos comunes de combinaciones empresariales y los motivos para combinarse y los procedimientos empleados en tales casos son una guía explicativa previa de lo que se encontrará en la realidad de las empresas mexicanas.

Resultados

La naturaleza específica, los problemas y contribuciones de Femsa al sistema capitalista, de México sólo puede ser comprendido en toda su profundidad si se le estudia a nivel evolutivo y sobre todo atendiendo sus circunstancias históricas, estrategias económicas y políticas y a las características regionales y nacionales que constituyen su marco de acción así como sus vínculos como grupo mexicano con el

capital extranjero. La aplicación de la teoría económica constituye una serie de estrategias que conllevan riesgo, ello hace atractivo al grupo Femsas para su estudio, en el entendido que nada es nuevo solo es nuevo para su descubridor, en este caso como una experiencia nacional que contribuye a la sistematización y acumulación del conocimiento de los grupos económicos.

Antecedentes

El 16 de diciembre de 1890, Isaac Garza y J.M. Schneider pidieron al Estado una concesión para la creación de una fábrica de vidrio y de *cerveza de exportación*. El 20 de diciembre obtuvieron exención de impuestos por 7 años. La Fábrica de Cerveza y Hielo Cuauhtémoc comenzó a operar a finales de 1891 y es el origen de Femsas.

En 1927 el Gobierno del estado de Nuevo León, México, profundizó una legislación existente desde 1888, la *Ley sobre Protección a la Industria* (Gobierno del Estado de Nuevo León, 1927), favorable al capital y al específico desarrollo industrial, ley que se anticipó con claridad a las leyes que a escala nacional se sancionarían en los años treinta y cuarenta. Este ordenamiento declara el fomento industrial como de *“utilidad pública”*. A diferencia de los decretos anteriores, las franquicias se otorgaban no sólo a industrias nuevas sino también a aquellas que ampliaban su tamaño, capital o número de trabajadores. Se concedían hasta por veinte años, eximiendo el 75% de los impuestos estatales y municipales.

Una nueva legislación también los favoreció, la *Ley sobre Franquicias a la Constitución de Nuevas Sociedades Anónimas* (Gobierno del Estado de Nuevo León, 1934). Esta Ley beneficiaba exclusivamente a las sociedades industriales o las que fomentaran la industria en Nuevo León y eximía del pago del 75% de los derechos de

inscripción (en el Registro Público de la Propiedad) a los inmuebles en que se montara la fábrica o el organismo de fomento industrial. El crecimiento hacia fuera se extiende desde la independencia hasta la gran depresión de 1933, coyuntura que marca el viraje al modelo de desarrollo hacia adentro. Más aún el viraje del modelo de desarrollo se da entre la depresión y el final de la guerra (Pinto, 1991). La coyuntura de guerra, la escasez de manufacturas importadas y la ampliación del mercado interno tornaron cada vez más necesario en México, la producción interna de bienes transformados.

Entre 1940 y 1980 se dio en México un nuevo modelo económico la *sustitución de importaciones* que se caracterizó por tener su base en el proteccionismo económico y en la significativa participación estatal en un considerable número de ramas de la economía. El desarrollo estabilizador mantuvo en sus características generales las premisas de la primera década de la industrialización, pero las reforzó a partir del establecimiento de un tipo de cambio estable, de una política muy favorable al capital privado, y de una actitud de apoyo restringido a la inversión extranjera que permitió el establecimiento de numerosas empresas de capital mixto, las cuales al contar con una parte de capital mexicano se beneficiaban de la protección que el gobierno brindaba a las empresas nacionales (Baena Paz, 2005). Promovida por el gobierno de Kennedy en Estados Unidos, al amparo de la Alianza para el Progreso los capitales extranjeros fluyeron al país e impulsaron el crecimiento de las manufacturas. En este periodo las grandes corporaciones transnacionales fincaron sus sucursales en México.

En 1973 la industria cervecera ocupó el cuarto lugar en cuanto al valor de la producción y las ventas; en 1976 el sexto; además poseía un alto índice de personal

ocupado (cuarto lugar) y principalmente de empleados (segundo lugar 1973) (Secretaría de la Industria y Comercio, 1973). En 1974 se separaron las empresas del grupo industrial y VISA surge como tenedora de Banca Serfín, Cervecería Cuauhtémoc y de las empresas que forman su integración vertical (Empaques Titán, Famosa, Grafo Regia). VISA, acrónimo de Valores Industriales, S.A., es una compañía mexicana con sede en Monterrey, constituida el 30 de mayo de 1936, siendo la primer Sociedad Controladora (Holding) bajo el proyecto jurídico formulado por Don Manuel Gómez Morín. La empresa adquiere renombre después del fallecimiento de Don Eugenio Garza Sada.

En 1977 los investigadores Salvador Cordero y Rafael Santín, publicaron su investigación: *Los Grupos Industriales: una nueva organización económica en México* en ella abordan al Grupo Industrial Cervecería Cuauhtémoc, y esquematizan que como empresa integradora, dio origen a varias empresas que constituyeron un grupo económico, gran empresa o corporativo como a continuación se presenta:

TABLA 1
 GRUPO INDUSTRIAL CERVECERÍA CUAUHTEMOC

EMPRESAS DIVERSAS	SERVICIOS	INDUSTRIALES: CERVEZA/REFRESCOS	BANCOS, FINANCIERAS Y ASEGURADORAS
Grafo Regia, S.A.	Bodegas de Depósito, S.A.	Cervecería Cuauhtémoc, S.A., Monterrey, N. L.	Banco de Londres y México, S.A.
Consorcio Minero de Peña Colorada, S.A.	Almacenes y Silos, S.A.	Cervecería Cuauhtémoc, S.A., México, D.F.	Banco Veracruzano, S.A.
Empaques y Envases Flexibles, S.A.	Servicios Industriales y Comerciales, S.A.	Cervecería Cuauhtémoc, S.A., Guadalajara, Jal.	Banco de Juárez, S. A.
Troqueles y	Técnica	Cervecería Cuauhtémoc,	Banco de Jalisco, S.A.

Esmaltes, S.A.	Industrial, S.A.	S.A., Tecate, B.C.	
Fábricas Monterrey, S.A.	Previsión Social Grupo Monterrey	Cervecería Cuauhtémoc, S.A., Nogales, Veracruz.	Cía. General de Aceptaciones, S.A.
Azulejos Orión, S.A.		Cervecería Cuauhtémoc, S.A., Culiacán, Sinaloa	Banco Azteca, S.A.
Pregoneros del Norte, S.A.		Cervecería Cuauhtémoc, S.A., Toluca, México	Banco Hipotecario Azteca, S.A.
Fábricas Orión, S.A.		Malta, S. A., Monterrey, N.L.	Financiera de Tampico, S.A.
Peerles-Tisa, S.A.		Malta, S.A., México, D.F.	Hipotecaria Serfin, S.A.
Fabricación de Máquinas, S.A.		Malta, S.A., Tecate, B.C.	Monterrey Compañía de Seguros, S.A.
Planta Eléctrica Grupo Industrial		Coca Cola	Finanzas Monterrey, S.A.
Talleres Industriales, S.A.		CONSTRUCCIONES E INMOBILIARIAS	INVERSIONES Y HOLDINGS
Tapón Corona, S.A.		Fraccionadora Las Flores, S.A.	Sociedad de Fomento Industrial

Fuente: elaborado con base en información de las páginas web de las empresas y de la obra de Salvador Cordero y Rafael Santín, El Colegio de México, 1977.

Las acciones de VISA cotizaron por primera vez en la Bolsa Mexicana de Valores el 19 de septiembre de 1978. A finales de los años setenta e inicios de los ochenta, VISA diversificó sus operaciones mediante adquisiciones y extendió sus productos como agua mineral y refrescos; además de iniciar las operaciones de las tiendas OXXO; y realizó inversiones en la industria hotelera, de la construcción, de autopartes, alimenticia y pesquera, éstas últimas posteriormente fueron desincorporadas. La otra tenedora que se formó ese año es Grupo Alfa. Del Grupo Cervecería Cuauhtémoc se separaron 12 empresas que pasaron a constituir el Grupo Industrial ALFA.

El Grupo FEMSA en el periodo 1982-2013

VISA (así llamado en aquella época, hasta 1988) sufrió un proceso de reorganización cuyas causas principales se derivan del ajuste estructural de la economía mexicana que se inició en la década de los años ochenta y noventa generando los procesos nacionales de desregulación y privatización. El proceso de ajuste se inició con la deuda externa mexicana de 1982 y dio curso a lo que se designó como la década perdida para el desarrollo socioeconómico que se inicia en la cumbre de un periodo de crecimiento y se cierra con un dramático balance de deterioro económico y retrocesos sociales.

Los cambios que experimentó la economía del país, pasando del final de la larga etapa de sustitución de importaciones (1940-1970) que estaba fincada en el desarrollo hacia dentro, para entrar a otra fase (1982-2013) en la que el motor más vigoroso del crecimiento ha sido el desarrollo hacia fuera. Se suman cambios traumáticos como la malograda privatización de la banca entre 1990-1993 y finalmente el estallido de la crisis financiera de los años de 1995-1996 que provocaron innumerables problemas para el país y que contribuyen a afectar el desempeño global de la economía mexicana. La crisis de 1982 puso a prueba la capacidad de adaptación y supervivencia de los grandes corporativos de Monterrey, esa coyuntura supuso como en 1929 el agotamiento de un modelo de crecimiento económico, drásticos cambios institucionales y mecanismos de operación diferentes en las empresas (Cerutti, Ortega, & Lydia, 2006). No obstante para 1987-1990 los grandes corporativos habían logrado resolver los problemas financieros que los colocaron en quiebra técnica, incluyendo por supuesto a Visa. El Estado mexicano generó entornos favorables para la estructura productiva por medio del programa de rescate gubernamental FICORCA (Fideicomiso de Cobertura de Riesgos Cambiarios), pero también a la estrategia de

inversiones financieras que emprendieron los empresarios regiomontanos desde 1982, gracias a la cual resurgieron fortalecidos a finales de esa misma década y con recursos suficientes para emprender su reestructuración empresarial.

En este contexto se ubican dos momentos en la evolución de los grandes corporativos: el primero en la fase del boom petrolero (1978-1980) y el segundo a partir de la crisis iniciada en 1982. Durante el primer momento, los corporativos vivieron una rápida expansión, fue cuando muchos de ellos adoptaron una estrategia de diversificación de la inversión y adquisición de múltiples filiales. Sin embargo, la estrategia global no atendió la eficiencia productiva, ni el hecho de fincar el crecimiento en el endeudamiento, colocando a las empresas en una situación vulnerable. En el segundo momento, los negocios se vieron impactados por la devaluación de 1982. Ante la necesidad de cumplir con sus pasivos, tuvieron que reestructurarse o modificar su estrategia de operación, recurriendo a la venta de filiales y a la reducción de proyectos de inversión (Revista Expansión, 1989). El Estado entre 1982 y 1985 aplicó medidas destinadas a atenuar la deuda de los grupos privados, refinanciar sus pasivos, facilitar la entrada de capitales externos para aliviarlos, condonar intereses moratorios, disminuir la presión fiscal, absorber porciones de la deuda privada y garantizar su reestructuración ante organismos internacionales.

De acuerdo con Gregorio Vidal la existencia de un grupo de empresas con una influencia determinante en el curso de la actividad económica y en particular en el proceso de inversión, es un hecho que la crisis no disminuyó, puesto que la red de relaciones que hay en el terreno de la estructura de la propiedad entre diversas empresas, los vínculos establecidos por medio del crédito y en general, las

colocaciones financieras, como también la proliferación de empresas tenedoras de acciones, completa los medios a través de los cuales un reducido grupo de corporaciones, propiamente de grupos financieros, avanzó y empujó el *trabajo de crisis* en la dirección que favorece a sus intereses(Vidal, 2000). El freno en la modalidad de desarrollo en los grupos y consorcios no significó su desmantelamiento, la deuda como problema no anulaba la presencia de los grandes corporativos ni el poder económico que éstos representaban.

A partir de 1983 y hasta el primer trimestre de 1987, la deuda privada asumida por el Ficorca ascendió a \$12,000 millones de dólares, con la reestructuración y el refinanciamiento, la deuda externa privada quedó integrada a \$21,300 millones de dólares, es decir, casi la totalidad de la deuda fue asumida por el sector público. Las empresas privadas seguirían pagando sus adeudos, pero estos pagos los harían en pesos y no en dólares, las obligaciones en divisa, en cambio, serían cubiertas por el sector público, el aligeramiento de las presiones financieras permitiría que las empresas endeudadas continuaran sus programas productivos de reconversión industrial. Tan sólo durante 1987 casi 56% del presupuesto federal autorizado se canalizó al servicio de la deuda pública interna y externa, en lo que se refiere a la deuda externa, en los rubros de intereses y amortizaciones se utilizó el 32% del gasto público(Orozco). Sin el Ficorca los grandes corporativos de la fracción Monterrey no hubieran podido retomar el camino de su saneamiento financiero y reestructuración económica, por lo que tampoco hubieran tenido las condiciones para enfrentar con éxito su actual internacionalización, como se observa en el siguiente cuadro:

TABLA 2
CRÉDITOS FICORCA
DICIEMBRE DE 1983 (MILLONES DE PESOS CORRIENTES)

Grupo o empresa	Total deuda	Deuda externa	Refinanciamiento
-----------------	-------------	---------------	------------------

	FICORCA	bancaria	(capital)
VISA	153.726	148.875	148.875
CYDSA	656.370	62.393	62.393
TOLTECA (CEMEX)	40.119	38.587	15.865
CEMEX	15.671	15.671	15.626
MOCTEZUMA	52.639	49.865	54.522
Totales	929.358	325,368	305,910

Fuente. Elaboración propia con base en Garrido (1999).

Valores Industriales, S.A., (VISA) concentró sus recursos en la industria alimentaria y de bebidas y aceptó la participación en el capital de la empresa tenedora de inversionistas extranjeros en representación de los acreedores. La *Cervecería Moctezuma (CERMOC)* resultó con una situación financiera muy delicada al final del auge petrolero. En 1982 debió suspender la construcción de su planta de envases de aluminio, no tuvo capacidad financiera para continuar el proyecto y de hecho entró en quiebra. Para 1984 se declaró en suspensión de pagos, utilizando el recurso legal de la suspensión de pagos. Para resolver el problema, CERMOC buscó un socio que llevara a cabo la reestructuración y fue el gobierno mexicano el que avaló a los principales accionistas del Grupo VISA (Revista Expansión, 1986). En septiembre de 1985 firmaron el acuerdo de reestructuración con los acreedores extranjeros. El monto en moneda extranjera que se reestructuró es del orden de \$307 millones de dólares y el nacional ascendió a \$900 millones de pesos.

La reestructuración del grupo VISA incluyó en 1985 la adquisición de *Cervecería Moctezuma*, la que integró con *Cervecería Cuauhtémoc* en una nueva sociedad tenedora, en la que participaba como socio con 15% del capital Citicorp. La operación realizada por Visa le permitió reducir a Moctezuma sus adeudos con el exterior, de 1 700 millones de dólares a 400 millones, pero transfirió a los inversionistas extranjeros la propiedad de 42% de su capital, además de la inversión de Citicorp en la sociedad tenedora de las empresas cerveceras (Vidal, 2000). Se constituyó la holding Fomento

Proa como la tenedora del 54% de las acciones de VISA y del 75% de la división financiera del grupo (que incluyó una compañía de seguros y otros negocios afines). Proa también se hizo cargo de la mayoría –se dice que el 60%- de las acciones de Cermoc. A cambio, Cermoc, recibió un porcentaje de Fomento Proa, cuyo monto no se hizo público.

La deuda de VISA en 1988 superaba los \$3 billones de pesos, para reestructurar su deuda VISA vendió algunos de sus múltiples negocios, como los *Hoteles Exelaris Hyatt de Acapulco y Cancún* y *Carplastic*, su coinversión con Ford, entre otros para ayudar a saldarla; de esta venta se obtuvieron unos \$65 millones de dólares que cubrirían 41.1% de los fondos, -\$158.2 millones de dólares- que necesitaba el grupo para cerrar el trato con los acreedores de la tenedora. Los \$94 millones de dólares faltantes se obtendrían de la venta de Carplastic a Ford, dejando atrás la diversificación desordenada. Visa vivió dos reestructuraciones de la deuda, la primera se realizó en 1983 en donde los adeudos fueron reestructurados en función de las devaluaciones del peso en 1982, con una operación básicamente de plazo y tasa, suponían que con mayor plazo podrían afrontar el impacto de la depreciación de la moneda, en el supuesto de que disminuiría la inflación. Siguiendo el orden de las tácticas empleadas a nivel nacional por las empresas, cabe señalar que sólo las grandes empresas resistieron la baja del mercado interno y salieron fortalecidas de esta etapa de ajuste. Las empresas con inversiones en tecnología avanzada o de punta, pertenecían a las empresas transnacionales o a grupos industriales, por ende con mejores condiciones para exportar.

En la industria alimenticia esto se ilustra con la producción de cerveza y malta, que requiere de inversiones y cuyas empresas poseen tecnologías de punta que les permiten abastecer el mercado nacional y competir en el internacional. Es así que de 1982 a 1986 las exportaciones de cerveza crecieron 38% promedio anual y se destinaron a Estados Unidos. El mercado interno era controlado por dos empresas monopólicas: Cervecería Modelo y Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma, que hicieron alianzas con algunas empresas transnacionales. FEMSA tras la crisis de 1982 busco enfrentar el proceso de apertura consolidado desde 1985 registrando una firme expansión a través de ajustes que incluyeron venta de empresas, alianzas, adquisiciones, fusiones e internacionalización:

Compra , fusión de empresas e internacionalización

En 2001 Femsa compró la marca mexicana de bebidas carbonatadas *Mundet*(Revista América Economía, 2001). En 2004 se dio la recompra del 30% de *Femsa Cerveza*. Esta operación preparó a *Femsa Cerveza* para tomar el control de la importación, mercadotecnia y distribución de sus marcas en los Estados Unidos, al mismo tiempo que le permitió explorar estrategias alternativas para este mercado. En agosto de 2004 *FEMSA* adquirió *Interbrew*(Brasil) y pagó \$1,245 MDD, esta adquisición se ubicó entre las 12 fusiones y adquisiciones de mayor monto relacionadas con México en la última década (Galán & Hernández, 2007). No obstante, en 2009 las cerveceras mexicanas son chicas frente a las tres líderes mundiales: Anheuser Busch registra el 23.7%, Heineken el 21.1%, SABMiller el 14.9%, ante Modelo que alcanza el 6.8% y Femsa Cerveza el 3.8%.

En 2009 Femsa salió a comprar empresas con dinero propio, la contracción del mercado interno la compensó con el mercado externo y las nuevas compras en Brasil

y Colombia, y apoyado por el canal de distribución que le proporcionó Oxxo(Aránguiz, 2009). El 6 de mayo de 2003 *Coca-Cola Femsa* anunció la adquisición final de *Panamco*, que la convirtió en la compañía embotelladora de productos *Coca-Cola* en Latinoamérica y en la segunda embotelladora más grande del sistema *Coca-Cola* a nivel mundial. *Coca Cola Femsa* pagó por *Panamco* US\$ 840 millones. *Coca-Cola Femsa* (KOF), realizó una estrategia en 2010 al lanzar al mercado presentaciones más grandes de sus productos y aprovechó la escalada inflacionaria en países de América Latina, sobre todo en Argentina y Venezuela para subir sus precios 2.6% en promedio. Con previsión almacenó endulzantes previo al alza en los precios de esos insumos, generando ahorros y beneficios económicos. Además modificó los empaques en las bebidas carbonatadas y el estímulo a las presentaciones retornables.

En octubre de 2010 llegó a un acuerdo preliminar para adquirir el capital accionario de Grupo Industrias Lácteas, en Panamá, para ingresar a la categoría de leche y productos lácteos. Además, concretó una transacción con una filial brasileña de The Coca-Cola Company, para producir, vender y distribuir los productos de *MatteLeao*. Los ingresos totales crecieron 0.7% para ubicarse en 103,456 millones de pesos ese año(Bibian, 2011).

Asociación con el capital extranjero

Como importador *FEMSA* introdujo a México la cerveza holandesa *Heineken*, la de mayor exportación en el mundo (se vende en 160 países) , además firmaron un contrato de asesoría técnica con *Heineken* para modernizar sus plantas (Flores Vega). En 1993 *FEMSA* se asoció con el dueño de la marca de *Coca Cola*, es decir, *Coca*

Coca Enterprises, que sería dueña de 30% de la división. En ese mismo año se asoció con *The Coca Cola Co.*, esta importante empresa global adquirió el 30% de las acciones de *Coca-Cola FEMSA* por US \$ 195 millones (Revista América Economía, 1994). Asimismo se colocó el 19% del capital de *Coca-Cola FEMSA* en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y en el New York Stock Exchange (NYSE). En 2006, la embotelladora con sede en Monterrey compró 8% del capital de Coca-Cola Femsas que estaban en poder de The Coca-Cola Company, por 427.4MDD. Así la composición accionaria de la compañía quedó hasta en 53.7% en manos de Femsas, mientras que The Coca-Cola Company tendría 31.6% y 14.7% entre el público inversionista del mercado bursátil (Revista Expansión, 2006). En 2009 la embotelladora regional de productos Coca-Cola y su socio estadounidense The Coca-Cola Company recibió la aprobación para ampliar sus operaciones y adquirir el negocio de agua Brisa de la colombiana Bavaria, una filial de la compañía cervecera SABMiller (Revista Expansión, 2009).

En 2008 Femsas anunció que el fundador de Microsoft, Bill Gates, aumentó mediante su fondo de inversión privado, su participación a 20% en Femsas. Gates posee 54.2 millones de acciones y su fondo pagó 390 MDD por 10.8 millones de American Depositary Shares (ADR) de Femsas (Revista Expansión, 2008). En 2011 la operación más relevante de la empresa fue el intercambio de la división cerveza, Cuauhtémoc-Moctezuma, por 20% de las acciones de Heineken, con lo cual Femsas se convirtió en el segundo mayor accionista de la empresa extranjera. La compañía cerró 2010 con 8,426 tiendas OXXO.

Venta de empresas

Entre 1992 y 1993 se dieron cambios importantes en el corporativo, primero la decisión de los accionistas de FEMSA de participar en la privatización de Bancomer hizo que la empresa aportara – a través de un dividendo, disminución de capital – \$610 millones de dólares. Para ello se analizó el portafolios del grupo y se determinó que la compañía de refrescos con marcas nacionales – *Peñafiel* - ofrecía por una parte, una oportunidad de venta a precio atractivo y por otra más débil, por el proceso de desregulación de la industria refresquera en México. La venta de *Peñafiel* se concretó con la firma británica *Cadbury-Schweppes*, que la adquirió a tres veces su valor en libras y 22 veces las utilidades: \$325 millones de dólares, más de la mitad de lo que los accionistas de *FEMSA* requerían para el pago de Bancomer(Martínez Staines, 1993).

Expansión en el territorio nacional

En 1991 se inauguró en Navojoa una de las plantas cerveceras más modernas en el mundo, esta planta produce *Tecate*, *XX Lager* y *Superior*. Además lanzaron al mercado la presentación 12 pack de *Tecate*, *XX Lager* en bote, *Tecate Light* en bote y botella. En 1985, Femsa adquirió la cervecería Moctezuma, y con ella una compañía de refrigeradores que Femsa relanzó como Imbera en 2008, esta empresa nació en 1941 como Industrias Montiel, en 1960 estableció una alianza estratégica con la firma estadounidense Vendo Company , y en 1979 pasó a ser propiedad de Cervecería Moctezuma. En 1990 nace la nueva identidad gráfica que reúne las imágenes de los emperadores que dan nombre a la fusión de las cerveceras “*Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma*”. En 2011 la compañía Imbera destinó 30% de su producción de refrigeradores para el sistema Coca-Cola Femsa; 65% va a empresas como Danone, Bonafont o Sap Miller, entre otras y el resto, a las tiendas Oxxo. Sus

equipos son 20% más caros, pero son de tecnología de punta para el enfriamiento de productos, ahorro de energía y cuidado ambiental, que son estándar en la industria internacional.

Es importante señalar la estrategia de Femsa que en 2010 sacrificó la Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma y se la vendió a Heineken. La Cervecería con 120 años en el mercado fue cuna de la industrialización de esa región. La operación fue valuada en 7,347 millones de dólares y en la que sólo se intercambiaron acciones y deuda; le permite a Heineken controlar la segunda compañía de cerveza en México, con ventas de más de 4,000 MDD, por su parte Femsa recibió 20% de la firma holandesa y tres asientos en los consejos de administración, borra de su balance 2,100 MDD de deuda que absorbe Heineken. La venta es parte de una estrategia para ser una empresa globalizada, y para ello Femsa se concentrará en el crecimiento de sus otras dos divisiones: Oxxo y la embotelladora Coca-Cola.

Femsa fue perdiendo su participación en el mercado desde los años noventa, cuando tenía 55% del mercado, en 2010 registró el 43% y el resto lo dominó Grupo Modelo, donde la firma belga AB-InBev detenta la mitad del capital, aunque no maneja la empresa. Por su parte Heineken en sus 146 años de historia nunca había tenido un socio en su empresa, y a cambio de las acciones de Femsa entregaron 20% de su capital. Era socia minoritaria de Femsa en Brasil y su distribuidor en Estados Unidos. Maneja 200 marcas y está en 70 países. En 2008 compró la firma inglesa Scottish Newcastle, a cambio de 15,000 millones de dólares.

Heineken se caracteriza por tener un portafolio de marcas Premium y de privilegiar la venta sobre el volumen, posicionó a Dos equis como una marca Premium, por ello

subió el precio de esta marca 45% en los últimos dos años. Además se esperaba que Heineken le abriera las puertas a Femsa Comercio en países donde es líder absoluto tales como: España, Gran Bretaña, Holanda, Austria, Grecia, Nigeria y Egipto. Los holandeses firmaron un contrato de exclusividad con Oxxo por 10 años. A diferencia de la cerveza, la condición de exclusividad ya no la poseen en la distribución de refrescos Coca-Cola, también se venden productos de Pepsi, como condición que en 2007 impuso la Comisión Federal de Competencia (CFC) a cambio de permitir que Femsa y Coca-Cola compraran Jugos del Valle. Oxxo cuenta con 7,400 sucursales y es la mayor cadena de tiendas de conveniencia de Latinoamérica. El corporativo Femsa se enfocará más a los negocios que sí operan, comercio y Coca-Cola. Para Oxxo sus planes son: a) Buscar más negocios adyacentes al retail, como los servicios bancarios; b) Abrir 600 sucursales más para llegar a 8,000 unidades; c) Seguir las pruebas en Colombia con la intención de replicar ahí el crecimiento que han tenido en México; d) Mantener 10 años la exclusividad con Heineken; e) Explorar nuevas marcas de cerveza y presentaciones del portafolio de Heineken.

Los planes para Coca-Cola Femsa son: comprar embotelladores Coca-Cola, dentro y fuera de México y agregar nuevos productos de Coca-Cola a su portafolio. A decir del belga Jean-Francois van Boxmeer, presidente ejecutivo del Consejo de Heineken desde 2005, la consolidación entre cervecerías es un fenómeno de la globalización, la cerveza ha sido, por naturaleza, una historia de marcas locales. A principios de los noventa se convirtió en un negocio global. Comenzó con la apertura de Europa del Este y de la ex Unión Soviética, India y China también abrieron su mercado al igual que América Latina eso impulsó la globalización a pesar de que la cerveza sigue siendo un negocio muy local (Anderson & Ortega, 2010).

TABLA NO.3
 VENTAS DE GRUPO FEMSA 1982-2013
 (MILLONES DE PESOS)

Año	FEMSA	Año	FEMSA	Año	FEMSA
1982	13,736.0	1992	2,548.3	2002	52,941.4
1983	68,308.0	1993	2,664.5	2003	75,597.0
1984	109,476.0	1994	11,657.1	2004	94,307.0
1985	179,896.0	1995	16,579.6	2005	106,505.0
1986	266,817.0	1996	23,817.9	2006	136,120.0
1987	622,627.0	1997	29,529.7	2007	147,556.0
1988	1,194,978.0	1998	33,302.0	2008	133,808.0
1989	1,585,880.0	1999	90,269.9	2009	160,251.0
1990	2,276,953.0	2000	45,454.3	2010	169,702.0
1991	2,165,115.0	2001	49,681.0	2011	203,044.0
				2012	236,922.0
				2013	258,097.0

Fuente: Elaboración propia con base en la Revista Expansión correspondientes de las 500 Empresas más Importantes de México (1982-2013). *Las ventas del corporativo incluyen la suma de las principales subsidiarias reportadas a la Revista Expansión para cada año. ** El 1 de enero de 1993 se introdujo el nuevo peso, el cual le quitaba 3 ceros al anterior, de tal manera que 1,000 pesos anteriores a enero de 1993 equivalen a 1 nuevo peso (N\$), por lo cual la Revista Expansión Año XXV, Vol. XXV, No. 622 agosto 18, año 1993 (de donde fue extraída la información correspondiente al año 1992) reporta las ventas bajo la nueva unidad monetaria. Esta unidad fue denominada nuevo peso hasta el 31 de diciembre de 1995 y simplemente peso desde el 1 de enero de 1996 hasta la actualidad. Fuente: http://www.banxico.org.mx/billetesymonedas/disposiciones/circulares/circular_2026/dof15nov95.html. Los datos registrados a partir del 2006 fueron obtenidos de la página web de la empresa.

TABLA NO. 4
 CRECIMIENTO DE LAS VENTAS
 Grupo FEMSA 1982-2013.

Periodo	VISA-FEMSA
1982-1991	1566%
1992-2001	185%
2002-2013	32%

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla 3

En la evolución del corporativo FEMSA lejos de contrarrestar la elevada concentración económica, presenta desde los noventa un incremento de la concentración. Las reformas económicas tenían como objetivo general incrementar la eficiencia económica en la asignación a través de mejorar la operación de los mercados y buscaba también corregir una distorsión atribuida al proteccionismo y la intervención del Estado, como era la elevada concentración económica.³ Sin embargo, no fueron capaces de incentivar la economía nacional.

Conclusiones

- Los mecanismos organizativos de empresa madre (la cervecería Cuauhtémoc) que venía experimentando desde los años treinta y una densa capacidad financiera favoreció el crecimiento del corporativo o grupo económico Femsas.
- En la década de los años cincuenta, los mecanismos más importantes de crecimiento fueron la expansión de las plantas y el establecimiento de nuevas instalaciones. De los sesenta en adelante, se hicieron más comunes las adquisiciones y las fusiones. El crecimiento por medio de las asociaciones, las adquisiciones y fusiones, llevó a un control oligopólico del mercado interno.
- Las corporaciones reunidas alrededor del Grupo Monterrey tal como Femsas se expandieron y diversificaron: en ciertos momentos se ramificó, ya sea para compensar fallas del mercado y escasez de la demanda, para contrarrestar los

³Garrido Celso, "Evolución del sistema de grandes empresas" en Garrido Celso, *Desarrollo económico y proceso de financiamiento en México*, UAM Azcapotzalco, Siglo XXI, México, 2005, pp. 97-99.

ciclos económicos sectoriales y para desplazarse hacia sectores más redituables y dinámicos.

- Las acciones estatales durante los ochenta se orientaron a articular las políticas de competencia en dirección de una economía abierta y desregulada, al mismo tiempo que se aplicaban políticas específicas para promover el liderazgo de grandes corporativos de Monterrey y otras grandes empresas mexicanas, procurando que éstas se reestructuran conforme a las necesidades de la nueva configuración competitiva con el exterior. El Ficorca y las privatizaciones de las empresas públicas así lo demuestra.
- La crisis de la década de los ochenta sometió a este gran corporativo a una dependencia mayor de sus propios recursos organizacionales, financieros, gerenciales, productivos y comerciales.
- El éxito del grupo económico FEMSA en el proceso de internacionalización se debe a las alianzas estratégicas que ha realizado con diversas empresas extranjeras, así como a la incorporación de tecnología de punta en los procesos productivos y de comercialización de los bienes.

Bibliografía

Anderson, B., & Ortega, A. (1 de Febrero de 2010). "Mi nuevo Femsas". *Revista Expansión*(1033), 24-32.

Aránguiz, G. (2 de marzo de 2009). "Monterrey a la baja". *Revista Expansión*(1010), 59.

Baena Paz, G. (2005). *Estructura socioeconómica de México*. México, D.F.: Publicaciones Cultural.

Bibian, C. (20 de Junio de 2011). "Las más grandes". *Revista Expansión*(1068), 201-204.

Cerutti, M., Ortega, I., & Lydia, P. (2006). Cemex, Imsa, Femsas: Apertura y respuesta empresarial en Monterrey (1982-2002). En M. d. Pozas, *Estructura y Dinámica de la gran empresa en México: cinco estudios sobre su realidad reciente* (pág. 210). México, D.F.: El Colegio de México.

Flores Vega, E. (s.f.). FEMSA: en el principio fue la cerveza. *Revista Expansión*, XXIII(570), 48-54.

Galán, V., & Hernández, J. (25 de Junio de 2007). "Zambrano, Líder". *Revista Expansión*(968), 70.

Garrido, C. (2000). Una revisión de las teorías de la empresa para el análisis de las grandes empresas industriales en México y América Latina. En J. Basave Kunbardt, *Empresas ante la globalización* (págs. 114-117). Mexico, D.F.: IIE-UNAM.

Gobierno del Estado de Nuevo León. (1927). *Periodico Oficial del Estado de Nuevo León del 03 de Diciembre de 1927*. Monterrey, Nuevo León: Gobierno del Estado de Nuevo León.

Gobierno del Estado de Nuevo León. (1934). *Periodico Oficial del Estado de Nuevo León del 16 de mayo de 1934*. Monterrey, Nuevo León: Gobierno del Estado de Nuevo León.

Leff, N. H. (1984). Estudio. Los grupos económicos: organización industrial y espíritu en los países en desarrollo. *Estudios Públicos*(15).

Martinez Staines, J. (12 de Mayo de 1993). "FEMSA seguirá la fiesta...". *Revista Expansión*, XV(615), 58-61.

Orozco, J. (s.f.). ¿Quién pagará la deuda privada? *Revista Expansión*, XIX(454), 19-21.

Pinto, A. (1991). *América Latina: una visión estructuralista*. Mexico, D.F.: UNAM.

Revista América Economía. (1994). Grupos Económicos. *Revista América Economía*, 166.

Revista América Economía. (2001). "Negociado & Firmado". *Revista América Economía*, 57.

Revista Expansión. (5 de Febrero de 1986). Entrevista a Russell Magarity, vicepresidente del Chase Maniatan Bank. *Revista Expansión*, XVIII(433), 28.

Revista Expansión. (11 de Octubre de 1989). Los cambios en los 15 años. *Revista Expansión*, XXI(526), 43-44.

Revista Expansión. (29 de Noviembre de 2006). Centinela. *Revista Expansión*(954), 30.

Revista Expansión. (1 de Septiembre de 2008). "Exprés" . *Revista Expansión*(998), 44.

Revista Expansión. (2 de Marzo de 2009). Centinela. *Revista Expansión*(1010), 20.

Secretaría de la Industria y Comercio. (1973). *Informe del Grupo Cuauhtemoc y de la Estadística Industrial anual*. México, D.F.: Dirección General de Estadística.

Vidal, G. (2000). *Grandes empresas, economía y poder en México*. México, D.F.: UAN-Plaza y Valdes.

Vidal, G. (2000). *Grandes Empresas, Economía y Poder en México*. México, D.F.: UAN-Plaza y Valdés.



LA ADQUISICIÓN CORPORATIVA INTERNACIONAL DE LAS GRANDES EMPRESAS DEL NORESTE DE MÉXICO Y SUS FACTORES DE ÉXITO

Autores:

Luis Vicente Cabeza Llanos
luisvcabeza@outlook.com

Eugenio J. Reyes-Guzmán
eugenio.reyesg@uanl.mx

Luis Enrique Ibarra Morales
luisim00@hotmail.com

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 17/Junio/2015

RESUMEN

La importancia de proponer un Modelo de éxito en las adquisiciones corporativas internacionales consiste en ofrecerles a las grandes empresas mexicanas los factores que les permitirán tener un mayor éxito con sus inversiones en el extranjero. Para esta investigación se seleccionaron a 16 empresas más importantes del noreste de México y que tienen una experiencia importante con sus adquisiciones internacionales por lo que se les entregó el cuestionario que fue diseñado para validar las variables del modelo. En este artículo se presentan las teorías que le dan el fundamento teórico a las variables del Modelo propuesto que se integra de 6 variables o factores de éxito que deben de ser considerados para una adquisición internacional, las cuales son:

Conocimiento del país, Conocimiento de la industria, Relación con clientes, Relación con proveedores, Tecnología y Cuota de Mercado.

INTRODUCCIÓN

El proceso de adquisición de empresas extranjeras se han analizado desde diferentes disciplinas: economía, finanzas, administración, estrategia y teoría de la organización. Gaughan (1983) realizó estudios sobre el campo de las adquisiciones notablemente durante el último cuarto del siglo XX. Las adquisiciones solían ser un fenómeno empresarial propio de Estados Unidos, esto cambió de manera significativa después de la década de 1990 las adquisiciones suelen utilizarse como modelo para empresas en todo el mundo como un medio para llegar a crecer y conseguir el logro de objetivos empresariales.

Uno de los objetivos y de las explicaciones dadas para las adquisiciones es maximizar la riqueza de los accionistas desagregando sus fuentes u orígenes de la creación de riqueza a partir de: 1) explotar economías de escala y alcance, o la eficiencia como justificación (Ecbko, 1983); 2) búsqueda de interdependencia con otras empresas, la existencia de sinergias, explicada por los teóricos de la dependencia de recursos (Pfeffer y Salancik, 1978) y costos de transacción; 3) la resolución de problemas o el evitar la destrucción de valor, tal sería el caso de las adquisiciones como medio para la reestructuración empresarial o para reducir capacidad en el sector; 4) el crecimiento o expansión de las líneas de productos y mercados y entrada en nuevos negocios; y 5) el maximizar las potencialidades financieras de la empresa, asignación financiera del flujo de efectivo o sinergias financieras.

Según el Reporte de inversión mundial 2000: Desarrollo de fusiones y adquisiciones realizado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la globalización ha creando intensas presiones comerciales y

para muchas empresas el deseo de sobrevivir y prosperar en el mercado mundial se ha convertido en el principal factor estratégico que impulsa la rápida expansión de las fusiones y adquisiciones internacionales. En el reporte se ofrecen amplios datos sobre el actual auge de las fusiones y adquisiciones internacionales y se observa que, por ejemplo, en el 2009 se produjeron 109 adquisiciones que representaban transacciones individuales por valor de más de 1.000 millones de dólares. Cantidad que según la UNCTAD irá en aumento. Actualmente constituyen la forma predominante de la inversión extranjera directa (IED) en los países desarrollados. Si bien las inversiones en nuevas instalaciones abarcan la mayor parte de las IED en los países en desarrollo, es evidente que las fusiones y adquisiciones internacionales también están en aumento.

A medida que el libre comercio se ha ido expandiendo en los mercados globales, las adquisiciones de empresas internacionales también han ido aumentando considerablemente. En el 2000 las adquisiciones internacionales de empresas de servicio y manufactura representaron más de 45% del total de las adquisiciones realizadas en el mundo entero. Las adquisiciones de empresas de servicios y de manufactura ofrecen un acceso rápido a un mercado nuevo, que puede proporcionar a la empresa beneficios importantes, ofrecen la forma más rápida de ganar mercado nuevo, y con frecuencia es la estrategia más importante, de entre todas las alternativas para la expansión internacional inicial (Hitt et al: 260).

Este efecto de liberalizar el comercio le ha tocado a las grandes empresas mexicanas el caso preciso de las empresas de manufactura localizadas en el Noreste de México que empezaron a utilizar la estrategia de adquirir filiales en el extranjero a finales de los 1970. Sin embargo el número de empresas mexicanas que inician el proceso de adquisiciones en el extranjero no ha aumentado, incluso ha decrecido

según los datos proporcionados por las mismas empresas. Por lo que esta investigación pretende contestar a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores críticos que permiten tener éxito al realizar la adquisición de empresas filiales en el extranjero?. A fin de contestar esta interrogante se presentaron los siguientes factores como parte de la hipótesis de investigación a comprobar: Los Factores críticos de éxito son: Cuota de Mercado (CM), Relación con Proveedores (RP), Relación con Clientes (RC), Conocimiento del País (CP), Conocimiento de la Industria (CI), Tecnología (T) y Sinergias (S).

Por lo tanto, el principal objetivo de esta investigación es determinar los factores críticos que permiten a estas grandes empresas del noreste de México tener un crecimiento internacional por medio de la adquisición de alguna planta o filial en el extranjero e integrarlo en una lista de factores que les ayuden a otras empresas a mejorar sus procesos de internacionalización.

MARCO TEÓRICO

Es importante señalar que existen diversas formas o estrategias de entrada en los mercados exteriores para que las empresas desarrollen sus actividades en el exterior. La elección de la forma más adecuada dependerá principalmente de la intensidad de la penetración que se quiera alcanzar en el país de destino. La empresa puede optar entre atender todos sus mercados exteriores desde el país de origen, hasta situar sus actividades de valor en todos los países de destino (Navas y Guerras, 2003y Hill y Jones, 1996). A continuación se explicaran las diferentes maneras de entrar en un mercado internacional.

a) Licencia o concesión: es un contrato en virtud del cual una compañía, le cede o da acceso a algunas de sus patentes, marcas registradas y tecnología a otra, a cambio de un pago de regalías.

b) Franquicias: es una forma de licenciamiento en el que una empresa celebra un contrato con otra para operar diferentes negocios, al amparo de una marca establecida y de acuerdo con reglas específicas.

c) Creación de una Empresa: consiste en crear unidades productivas propias para atender a los mercados locales desde sus propios países.

d) Adquisiciones: es el proceso de expansión y diversificación de una empresa en el momento que adquieren una filial. Existen dos tipos de adquisiciones: 1) La adquisición vertical, que es la compra de una empresa que es proveedora de la empresa que esta adquiriendo, 2) La adquisición horizontal, que es la compra de una empresa del mismo sector.

e) Empresa conjunta (Joint Venture) es: 1) una entidad corporativa entre una empresa internacional y dueños locales; 2) una entidad corporativa entre dos a más firmas internacionales, o 3) una organización cooperativa entre dos o más firmas para un proyecto de duración limitada.

Según estudios de Jim Collins en 2004, comentaban que a veces la forma más rápida y segura de introducirse en un nuevo mercado o para ganar una participación sustancial en uno ya existente, es a través de una adquisición estratégica, una fusión o una joint venture. Los estrategas se enfrentan al clásico dilema: creación interna versus adquisición de empresa. Es posible que la adquisición sea el camino más rápido para alcanzar el objetivo, pero no por ello el éxito está garantizado. De hecho,

la mayoría de estudios realizados sobre adquisiciones de empresas hablan de un nivel de frustración muy elevado. (Luecke, 2006).

Tanto la creación y la adquisición de una empresa extranjera, así como de un porcentaje de participación en una empresa ya existente en otros países se hacen mediante la modalidad de Inversión Extranjera Directa (IDE). Existen diversas teorías que hacen referencia a la internacionalización de las empresas tales como la Teoría Ecléctica de Dunning que con sus tres elementos: Organización, Internalización y localización (OLI), explican la importancia de tener subsidiarias en distintos países, y será tomada en cuenta como sustento teórico de las variables así como otras teorías sobre la internacionalización de las empresas que se señalan en este apartado.

La Teoría Ecléctica de Dunning sobre la Producción Internacional: sostiene que, para que una empresa decida invertir (vía creación, compra o joint-venture) en instalaciones de producción en el extranjero, deberá tener tres tipos de ventajas:

- Organización específica. Es el grado hasta el cual una empresa tiene, o puede lograr activos tangibles e intangibles no disponibles para otras empresas.
- Internalización. Parte de los mejores intereses de la empresa es emplear sus ventajas de propiedad específica (internalizar) en lugar de licenciarlas a dueños en el extranjero (externalizar).
- Localización. La empresa logrará utilidades al ubicar en el extranjero parte de las instalaciones de producción.

El paradigma parte del supuesto de que los recursos que un determinado país tiene no son necesariamente suficientes por sí mismos para garantizar la creación de ventajas competitivas para toda clase de empresas que operan dentro de su ámbito (Dunning, 1988).

Anterior a esta teoría existe la teoría moderna de la ventaja monopolística, que se origina en la disertación de Stephen Hymer en la década de 1960, en la que demostró que la inversión extranjera directa (IDE) ocurría en gran parte en industrias oligopólicas, más que en aquellas que operan en competencia casi perfecta. Esto significa que los participantes en estas industrias deben contar con ventajas de que no disponen las empresas locales (Stephen, 1976). Otra teoría elaborada por Caves, explica que la IDE ocurre debido a las imperfecciones de los mercados de productos y factores, señala que un conocimiento superior permitía a la empresa inversionista producir artículos diferenciados, que los consumidores los preferirían sobre bienes similares de producción local, dando así a la empresa cierto control sobre el precio de venta, así como cierta ventaja sobre las firmas nacionales. (Caves, 1971: 5).

En cuanto a la teoría del ciclo de vida internacional del producto: Vernon, señala que las empresas que son pioneras en la introducción de un nuevo producto en el seno de un país desarrollado tienden a establecer instalaciones productivas en otros países avanzados cuando la demanda de esos países es lo suficientemente amplia para justificar dichas inversiones. Posteriormente, con la estandarización de la tecnología productiva y la entrada de nuevos competidores, se comienza a transitar desde una competencia originaria en diferenciación a una competencia en costes, lo que determina la deslocalización de muchas de estas subsidiarias, que pasan a desarrollar su actividad productiva en el seno de países en desarrollo, poseedores de una mano de obra mucho más barata y que, por tanto, facilitan a las empresas un escenario más idóneo para la consecución de una posición preeminente en costes (Vernon, 1966):

Por otra parte existe estudios según Cuervo (2000) que muestran que hay razones internas y externas para que las empresas se internacionalicen. Las razones

internas tienen relación con la capacidad de de la empresa para tomar las decisiones oportunas que mejoren su competitividad. Entre ellas encontramos las siguientes:

1) Reducción de costos: las empresas pueden conseguir ahorros de costes a través de la internacionalización porque en los países de destino pueden encontrar más baratas las materias primas que necesitan, la mano de obra, los recursos financieros o las cargas fiscales.

2) Tamaño mínimo eficiente: en determinadas actividades, es muy difícil conseguir un tamaño óptimo sólo en el mercado nacional, por lo que las empresas buscan, operando también en otros países, el volumen de ventas necesario para alcanzar dicho tamaño óptimo.

3) Disminución del riesgo global: la distribución de actividades por áreas geográficas distintas puede ser un criterio de disminución del riesgo global de la empresa.

4) Costos de transacción: las empresas pueden reducir costes de transacción a través de la internalización de las transacciones exteriores cuando la frecuencia e incertidumbre de los intercambios internacionales son altas. Es decir, instalándose en aquellos países con los que habitualmente se establecen transacciones, se eliminan ciertos costes de las mismas si se integran dentro de la organización.

5) Explotación de recursos y capacidades: un importante motivo interno para la internacionalización de la empresa se basa en la explotación de los recursos y capacidades propios a través de los distintos países. Está basado en la posesión tanto de ciertos recursos, conocimientos o activos específicos como de capacidad de dirección y de gestión empresarial que facilitan el proceso de internacionalización.

Después de analizar las razones internas y externas de la inversión extranjera directa, ahora mencionaremos los diferentes tipos de estrategia que puede adoptar una empresa para internacionalizarse

1) Una Estrategia global: busca la emersión de ventajas competitivas fundamentadas en economías de experiencia y localización, manteniendo una escasa sensibilidad de adaptación a las singularidades de los diferentes mercados locales (Barlett y Ghoshal, 1991).

2) Una Estrategia transnacional: trata de atrapar simultáneamente las ventajas de la eficiencia y adecuación a los diferentes mercados locales, cara a lo cual centraliza en pocas localizaciones las capacidades y recursos generadores de eficiencias y descentraliza los restantes, a quienes corresponde matizar la adecuación (Guisado, 2003).

3) La Estrategia de internacionalización: se fundamenta en la transferencia, desde la sede central hacia los diferentes mercados locales, de productos y habilidades que estos no tienen. La mayor parte de los recursos y capacidades de las empresas que persiguen una estrategia internacional se encuentran centralizados en la sede central, en donde también son generadas las denominadas competencias nucleares (habilidades y/o productos distintivos) (Guisado, 2003).

Adquisiciones de Filiales Extranjeras

Las razones por las que se producen fusiones y adquisiciones de empresas podrán tener una lógica económica acertada o discutible dependiendo de si cumplen o no el objetivo principal de toda decisión empresarial: la máxima creación del valor posible. La idea básica es que las empresas tienen que ser competitivas, si quieren

sobrevivir y continuar atendiendo a todas las partes involucradas. Esta visión reconoce que el destino a largo plazo de una empresa depende de una relación financiera con cada parte involucrada que tenga intereses en la empresa. Los empleados buscan salarios competitivos y otras prestaciones. Los clientes demandan productos y servicios de alta calidad a precios competitivos. (Mascareñas, 2005).

Dos de las formas más comunes que usaron las empresas para entrar en el mercado de la Unión Europea consistieron en realizar adquisiciones o alianzas estratégicas (Tolchin, 1993). En un estudio de la revista de la Harvard Business Research (1992), se analizaron 49 alianzas estratégicas en el mundo y se llegó a la conclusión de que las probabilidades de éxito aumentan si las partes tienen presentes cinco principios: 1) las adquisiciones dan mejores resultados que las alianzas cuando se desarrollan negocios básicos, 2) las alianzas son eficaces cuando las compañías quieren penetrar en nuevos mercados o negocios secundarios al negocio principal, 3) rara vez tienen éxito las alianzas entre empresas fuertes y débiles, 4) las alianzas duraderas se caracterizan por la capacidad de ir más allá de las expectativas y objetivos iniciales y 5) las alianzas tendrán mayores probabilidades de éxito si ambas partes comparten la propiedad por igual (Rugman y Hodgetts, 1997).

Motivos de las Adquisiciones Internacionales de Empresas

A la vez, la teoría de las fusiones y adquisiciones apunta las claras ventajas de las adquisiciones frente a otras alternativas cuando la expansión de la empresa no es un objetivo deseable y, por lo tanto, las adquisiciones no añaden capacidad, de ahí que sean frecuentes en sectores caracterizados por alta concentración y economías de escala (Yip, 1982).

Frente a estas ventajas hay que señalar inconvenientes, como los conflictos culturales que se pueden suscitar con la empresa adquirida debido a que ésta posee su propia cultura (González-Salinas, R., Blanco-Jiménez, M. & Galindo-Mora, P., 2013), circunstancia que en otras formas de penetración en un mercado exterior no se produce. (Martínez A. y Tejerina F. 1999). Los objetivos de las adquisiciones se han analizado desde diferentes disciplinas: economía, finanzas, estrategia y teoría de la organización. Se han desarrollado listas (Goldberg, 1983) que tratan en algunos casos de relacionar los objetivos (Walter y Barne, 1990) con los tipos de adquisiciones (vertical, horizontal, concéntrica y conglomerado) y en otros casos se han contrastado los diferentes objetivos con los resultados alcanzados.

Uno de los objetivos y de las explicaciones de las adquisiciones es maximizar la riqueza de los accionistas desagregando sus fuentes u orígenes de la creación de riqueza a partir de: 1) explotar economías de escala y alcance, o la eficiencia como justificación (Ecbko, 1983); 2) búsqueda de interdependencia con otras empresas, la existencia de sinergias, explicada por los teóricos de la dependencia de recursos (Pfeffer y Salancik, 1978) y costos de transacción; 3) la resolución de problemas o el evitar la destrucción de valor, tal sería el caso de las adquisiciones como medio para la reestructuración empresarial o para reducir capacidad en el sector; 4) el crecimiento o expansión de las líneas de productos y mercados y entrada en nuevos negocios; y 5) el maximizar las potencialidades financieras de la empresa, asignación financiera del flujo de efectivo o sinergias financieras.

Otro de los objetivos de las adquisiciones es la Consolidación sectorial que significa reducción del número de empresas operando en el sector. Resulta de la adquisición de empresas viables por competidores o de la quiebra de empresas que sigue a los períodos de intensa competencia, cambios en la tecnología o en las

condiciones de la demanda. La competencia entre empresas pasa de competencia perfecta hacia la competencia oligopolista, tanto pura (competidores de tamaño similar) como mixta (líder y seguidores).

En base a toda la revisión teórica se presentan las definiciones de las variables de la hipótesis:

1. Cuota de Mercado (CM): Es un indicador que mide la fuerza relativa de la empresa en sus principales mercados, y por lo tanto, de su capacidad, por un lado, de aguantar amenazas de la competencia, y por otro, de financiar, a través de una mayor rentabilidad de las inversiones, un desarrollo más global de la firma, según Solberg (1991). Es el mercado que puede obtener una empresa.
2. Relación con Clientes (RC): Son las relaciones o alianzas que se pueden desarrollar con un cliente a nivel internacional logrando con esto tener 1) Mejores tiempos de respuesta, 2) Atención directa, 3) Tener un mismo cliente en diferentes países, y 4) Disminuir el precio por las ventas en volumen (Porter,2006).
3. Relación con Proveedores (RP): Son las relaciones o alianzas que se puede desarrollar con un proveedor a nivel internacional logrando con esto tener 1) Economías de Escala, definidas por (Roth.1991: 371) como la reducción de costes globales a través de la explotación de los efectos de volumen o de las ventajas de especialización, implican la oferta de un producto estándar , 2) Estandarización de materias primas o servicios, 3) Desarrollo de tecnología conjunta, y 4) Disminuir el precio por compra en volumen (Porter, 2006).
4. Conocimiento del país (CP): La cultura, es el conocimiento adquirido que sirve para interpretar la experiencia y producir el comportamiento social. La comparten los miembros de un grupo, organización o sociedad. A través de ella adquirimos los valores y actitudes que moldean nuestro comportamiento individual y

colectivo. (Hodgetts y Luthan, 1991) Es preciso considerar dos elementos significativamente relevantes respecto a la forma de la internacionalización, son: Riesgo político y Riesgo país (Navas y Guerras, 2003).

5. Conocimiento de la industria (CI): El interés por el papel del conocimiento en las organizaciones supone la confluencia de varias líneas de investigación, que incluyen la teoría basada en los recursos, la economía de la información, la epistemología, la economía evolutiva y la gestión de la tecnología. El resultado ha sido la aparición de una perspectiva de la empresa basada en el conocimiento, que considera a la empresa como un conjunto de activos del conocimiento cuyo objetivo es explotarlos para crear valor (Grant, 2006).
6. Tecnología (T): Existen dos formas fundamentales de conseguir la tecnología que la empresa necesita: por generación interna dentro de la propia empresa, normalmente a través de la unidad de Investigación y Desarrollo (I + D), y por adquisición en el exterior, mediante algún procedimiento de negociación. (Fernández Sánchez, 1996).

MÉTODO

En esta investigación se seleccionó una población de las 14 empresas más importantes del Noreste de México: Cemex, Nemark, Femsac Cervecería, Embotelladora Arca, Copamex, Grupo Maseca, Sigma, Grupo Cementos de Chihuahua, Verzatec, Vitro, Alpek, Viakable, Prolec y Grupo Villacero, ya que son empresas líderes globales en sus mercados y han tenido éxito en su crecimiento y desarrollo organizacional utilizando la estrategia de crecimiento global por medio de la estrategia de adquisiciones de filiales. También se realizaron entrevistas a algunos de los directivos de estas empresas del Noreste de México que participaron en el

proceso de las adquisiciones de filiales internacionales; a fin de contestar personalmente la encuesta elaborada en esta investigación donde se logró incluir los factores de críticos que los directivos consideraron y observaron importantes en el momento que realizaban las adquisiciones de filiales.

El proceso de la elaboración del instrumento de medición de las variables propuestas tuvo el siguiente proceso: Primeramente se reunió marco teórico, para poder respaldar las variables; se diseñó la encuesta, que consta de 34 preguntas en donde fueron 6 variables y fueron de 5 a 6 preguntas por variables; se encuestó a Directivos que han participado en Adquisiciones, ya sea en el proceso de adquisición, o que han vivido en una empresa adquirida para el llenado del instrumento y se validaron los resultados estadísticos utilizando el proceso de regresión lineal.

RESULTADOS

Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach por variables

A continuación (Tabla 1) se presentan los resultados del análisis de fiabilidad y la evaluación de los resultados por variables que nos arrojó el análisis al correr el Alfa de Cronbach por variables, afin de saber si analizando los resultados podemos ver que todas las variables salieron con un alfa aceptable, además también fue aceptable la significancia de cada una de las variables.

Tabla 1.- Análisis de Fiabilidad de la Variable

Variables	N	Items	Media Global	Media	Varianza	Desviación Típica	Alfa Cronbach	gl	Chi-cuadrada Friedman	Sig.
CM	14	4	4.5	18.000	3.385	1.840	0.766	3.000	7.039	0.007
RP	14	4	3.23	12.930	6.841	2.615	0.754	3.000	10.567	0.000
RC	14	5	2.940	14.710	15.604	3.950	0.709	4.000	3.276	0.018

CP	14	5	4.6	23.000	5.692	2.386	0.770	4.000	4.170	0.005
CI	14	4	3.59	14.360	9.940	3.153	0.660	3.000	8.034	0.000
T	14	4	3.23	12.930	13.302	3.647	0.857	3.000	39.375	0.000
S	14	4	4.54	18.140	3.363	1.834	0.745	3.000	4.111	0.013

Fuente: Elaboración propia

Se pudo ingresar en el sistema SPSS y correr la regresión lineal (Tabla 2) y específicamente Stepwise (Tabla 3) gracias a la ponderación por variable que se obtuvo de las respuestas que dieron los 14 directivos que estuvieron involucrados en el proceso de adquisiciones internacionales de empresas ubicadas en el Noreste de México.

Tabla 2.- Resumen del modelo de la Regresión

Modelo Completo	N	VARIABLES	R	R²	R² corregida	gl	Durbin-Watson	"F" en la Anova	Significancia en la Anova
Regresión	14	1	0.992	0.985	0.984	1	1.465	853.894	0.000

Fuente: Elaboración propia

Como se pudo observar en la tabla 2 después de correr la regresión lineal, el indicador Durbin- Watson, obtuvo un 1.46 con esto se pudo validar la independencia de los residuales y a la vez confirma la validez de la prueba estadística de la regresión lineal. El coeficiente de determinación (R^2) para la variable explicativa del modelo es de .984, lo cual describe el porcentaje de variabilidad en el proceso de adquisiciones de filiales extranjeras explicado en esta regresión. Además que la significancia es aceptable.

Después de correr la regresión con el modo Stepwise (Tabla 3), se aceptó como variable predictora a la variable *Conocimiento del País*, con esta variable

explicamos, además el factor de la inflación de la varianza (FIV) obtenido fue de 1, y por tanto podemos demostrar que no hay colinealidad en la variable.

Tabla 3.- Análisis Stepwise

Sin la Beta 0	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	Intervalo de confianza para B al 95%		Correlaciones			Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior	Orden cero	Parcial	Semiparcial	Tolerancia	FIV
CP	1.001	0.034	0.992	29.21	0	0.927	1.075	0.992	0.992	0.992	1.000	1.000

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 4 las variables que se rechazaron por tener colinealidad fueron: Cuota de Mercado (CM), Relación con proveedores (RP), Relación con clientes (RC), Conocimiento de la industria (CI), Tecnología (T), y Sinergia (S).

Tabla 4.- Variables rechazadas en el modelo Stepwise

Modelo	Beta dentro	t	Sig.	Correlación parcial	FIV	Tolerancia mínima	Tolerancia
CM	0.316	1.197	0.252	0.327	0.016	62.250	0.016
RP	0.177	1.080	0.299	0.298	0.042	23.531	0.042
RC	-0.04	-0.307	0.762	-0.088	0.065	15.357	0.065
CI	0.220	1.812	0.095	0.464	0.066	15.079	0.066
T	0.190	1.932		0.487	0.099	10.129	0.099
S	0.451	1.877		0.476	0.017	59.871	0.017

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

En este proyecto de investigación se sugirieron 7 factores importantes que permitirían tener una adquisición internacional exitosa como: Cuota de Mercado (CM), Relación con Proveedores (RP), Relación con Clientes (RC), Conocimiento del País (CP), Conocimiento de la Industria (CI), Tecnología (T) y Sinergia (S) y los resultados muestran que la variable más significativa estadísticamente solo fue el factor Conocimiento del País. Podemos concluir que la variable de Conocimiento de País se aceptó.

Cabe señalar, que aunque los demás factores no son tan significativos para un mayor éxito, la aportación teórica de esta investigación, confirma las teorías existentes sobre la importancia del conocimiento del país, como factor determinante.

En lo que se refiere a los resultados cualitativos de la investigación después de haber realizado las entrevistas a los directivos que estuvieron involucrados en la toma de decisiones para adquirir sus filiales en el extranjero, cabe destacar que las grandes empresas como CEMEX, FEMSA (Cervecería), GRUMA y NEMAK, señalaron que los factores críticos que a su juicio son claves en el proceso de una adquisición de filiales extranjeras:

- a. La Creación de Sinergias
- b. Analizar la cultura del país en donde se pretende hacer la adquisición.
- c. La Velocidad en hacer la integración de la filial adquirida.
- d. Implementar la cultura corporativa en la filial adquirida.
- e. Implementar los sistemas administrativos para poder tener control de la filial.
- f. Tener presencia en mercados internacionales.
- g. Buscar mejores tecnologías en las filiales adquiridas.

- h. Tener equipos altamente capacitados para poder hacer rápidamente y exitosamente la adquisición.
- i. No perder el negocio en el momento que se esta integrando la filial adquirida.

BIBLIOGRAFÍA

Ball, D. y McCulloch, W. Comercio Internacional. México: Ed. Mc Graw Hill, México (1997).

Cuervo, A. "Reasons for Mergers and Acquisitions: Organizational and Non-Explicit factors as determinants of success". Salomon Center, New York University, pp. 1-23 (2000).

Gaughan, P. Fusiones y Adquisiciones. (p.13). España: Ed. Deusto. (2006)

González-Salinas, Rubén C., Blanco-Jiménez Mónica and Galindo-Mora Patricio.(2014). Organizational and Psychosocial cultural factors for successful investment by foreign companies in Mexico. The international Trade Journal. Taylos & Francis Group. Pp. 442-458. Vol.28(5)

Guisado, M. Estrategias de multinacionalización y políticas de empresa. (p.182). España: Ed. Pirámide. (2003)

Hitt, M., Irleand, D., Hoskisson, R. Administración Estratégica, Ed. Thomson, México, p.260. (2004)

Marín, J. y Ketelhöhn. Fusiones y Adquisiciones en la práctica (p.96). México: Ed. Cengage Learning. (2008)

Mascareñas, J. Fusiones y Adquisiciones de Empresas. (p.2). España: Ed. Mcgraw Hill. (2005)

Porter, M. Estrategia Competitiva. (p.20). México: Ed. CECSA. (2006)

Ranft, A., & Lord, M. "Acquiring New Knowledge: The Role of Retaining Human Capital in Acquisitions of High-Tech Firms". The Journal of High Technology Management Research, Vol. 11, pp. 295-319. (2000)

Rugman, A. y Hodgetts, R. Negocios Internacionales. (p.485). México: Ed. McGraw Hill. (1997)

Trigo, M. Multinacionales y Globalización. (p. 57). España: Ed. Vision Net. (2004)



PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE GARBANZO A TURQUÍA, ESTUDIO DE MERCADO

Autores:

Carlos Landeros García
carlos.landeros.garcia@gmail.com

José Nicolás Barragán Codina
jose.barraganc@uanl.mx

Juan Enrique Saldaña Pérez
juan.saldañap@uanl.edu.mx

Nacionalidad de los autores: Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 17Junio/2015

RESUMEN

La industria de los alimentos procesados es un sector clave para el crecimiento económico del país, debido a la gran capacidad productiva que la coloca como una de las más significativas para el sector manufacturero del país. El suficiente abasto de materias primas y una mano de obra especializada hacen de la industria de alimentos procesados mexicanos un gran atractivo para atraer la inversión e incursionar en el exterior. Razón por la cual, el presente estudio trata de identificar de manera teórica los factores que desde los distintos enfoques teóricos más relevantes se consideran que tienen un impacto significativo en la internacionalización de las empresas exportadoras de alimentos procesados del Estado de Sonora, y así, aumentar el conocimiento que se tiene acerca del fenómeno.

Palabras Clave: Alimentos procesados, crecimiento económico, exportación, garbanzo.

Introducción

Al adentrar en el tema del consumo a nivel mundial, sin duda nos toparemos con productos que son altamente consumidos en países en desarrollo como lo son las leguminosas. Las leguminosas es una familia con alrededor de 19,400 especies siendo una de las familias con mayor riqueza de nutrientes. Los cereales, frutos y raíces son hoy en día base de la alimentación de los seres humanos, por tal motivo sus importaciones y exportaciones son de alto nivel y de gran importancia. Al hablar del Medio Oriente, nos encontramos con un mercado importante para artículos de consumo por su alta orientación hacia la producción de petróleo y sus derivados, aumentando así la búsqueda de granos y semillas para su consumo. Por su parte México en los últimos años se ha venido desarrollando como unos de los países agricultores de mayor importancia en el mundo, siendo uno de sus mayores privilegios la producción de garbanzo con calidad para exportación. El garbanzo, que forma parte de las leguminosas, es un grano de mucho consumo en aquellos países, por tal motivo, esta investigación dará a conocer todos los pormenores para la correcta exportación de éste hacia el país de Turquía, específicamente a la ciudad de Estambul.

Mercado

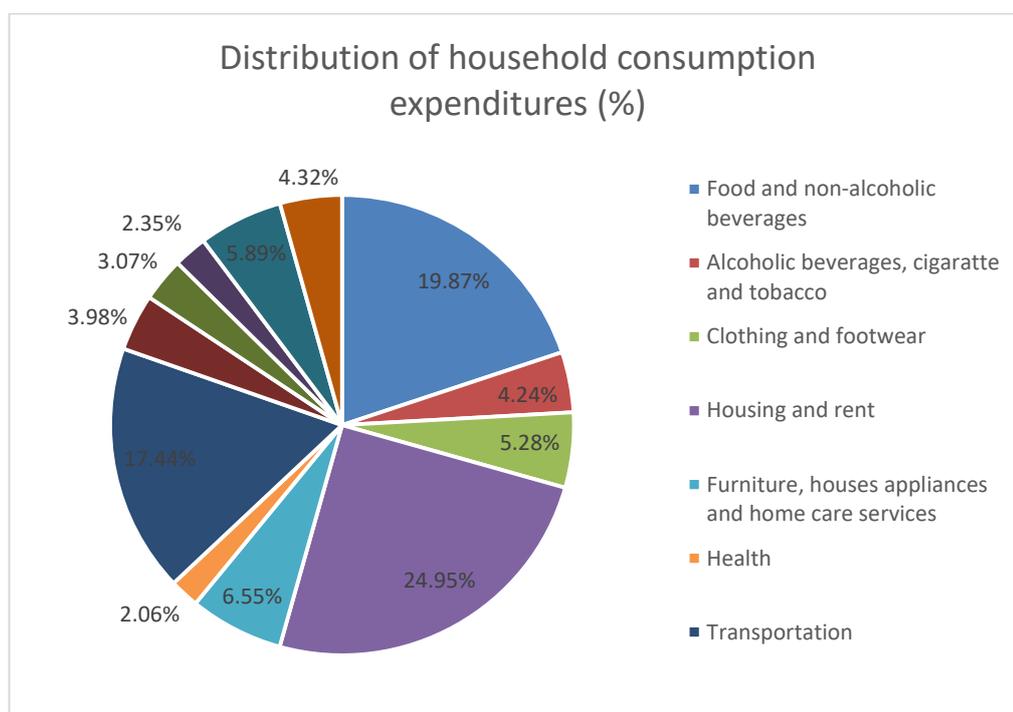
Cifras de población, ciudades, religiones e idioma.

Actualmente este país cuenta con un estimado de 81,619,392 mil personas y una superficie total de 783,562 kilómetros cuadrados, haciendo frontera con Armenia, Azerbaiyán, Bulgaria, Georgia, Grecia, Irán, Iraq y Siria. La ubicación geográfica hace que Turquía sea de mucha importancia, pues es el paso entre el mar mediterráneo y el mar negro. Dentro de las ciudades más importantes de Turquía podemos destacar 6 de ellas, las cuales cuentan con más de 1 millón de habitantes, siendo Estambul la ciudad con más habitantes teniendo 13,203,696 mil personas, siguiéndola Ankara con 4,299,870 (capital), Esmirna con 2,959,983, Bursa 1,670,960, Adana con 1,580,504 y Gaziantep con 1,567,523 personas. Estambul, ciudad final de nuestro producto, como se vio en los datos anteriores, es la mayor ciudad de Turquía y de acuerdo a datos estadísticos, es la ciudad más poblada en comparación con las ciudades pertenecientes a Europa, lo cual lo hace un mercado potencialmente atractivo para productos que pretendan entrar al Medio Oriente. El idioma oficial de Turquía es el turco, sin embargo en menor grado también está presente el curdo. Siendo un país con amplia influencia árabe la religión que prevalece es el musulmán.

Sistema político y entorno económico.

Al hablar de su entorno político, Turquía es una democracia en donde sus ciudadanos participan a partir de los 18 años de edad, cuentan con un presidente (actualmente Abdullah Gul) el cual es elegido cada 5 años. Su sistema legal está basado en leyes europeas y en el código civil suizo. 81 provincias conforman el país, siendo Ankara, lugar donde se sitúa la capital de Turquía, y Estambul, provincia donde se encuentra la ciudad más importante de este país. Su ingreso

per cápita es de \$15,300 dólares anuales, lo cual lo hace un ingreso muy similar a México y es considerado como un país en vías de desarrollo por el Banco Mundial. Turquía es una economía fuerte en gran medida a las reformas fiscales llevadas a cabo años atrás llegando a tener crecimientos de hasta 9% en 2010, hoy se encuentra con crecimientos anuales de 3%-4% y con una estabilidad económica. Es importante conocer la distribución del ingreso en base a las necesidades, dándonos una idea más clara de que porcentaje se destina a la comida, en donde radica nuestro producto a exportar. La siguiente gráfica, nos da un panorama de que las familias en cuestión pueden destinar alrededor de \$3,040 dólares de su ingreso para artículos de comida, siendo el garbanzo un producto importante por sus aportes nutricionales y su precio, lo cual nos ayuda a tener un porcentaje alto de éxito.



Fuente: TurkStat, Household Budget Survey

Estructura y grado de desarrollo

Turquía actualmente cuenta con 385,748 kilómetros de carreteras, 98 aeropuertos, varios de ellos internacionales, y diversos puertos marítimos, entre ellos Ambarli, el cual se encuentra ubicado en Estambul, y Merzi segundo puerto más importante de este país, además de contar con 12,008 de kilómetros en vías ferroviarias. Por su parte, en las telecomunicaciones, que fungen una parte importante en el crecimiento de los países, cuenta con una red de telefonía con 13.6 millones de usuarios activos, mientras que líneas de telefonía móvil cerca de 68 millones de usuarios. Cuentan con servicios avanzados en telefonía, principalmente uso de fibra óptica apoyando a lograr tener usuarios de internet por 27,233 millones al 2009. La exportación total de Turquía es de \$167.6 billones de dólares siendo sus principales exportaciones de prendas de vestir, artículos de comida, textiles, metales, maquinaria y equipo. Sus socios comerciales en la exportación son Alemania 8.6%, Irak 7.1%, Irán 6.5%, Reino Unido 5.7%, Emiratos Árabes Unidos 5.4%, Rusia 4.4%, Italia 4.2% y Francia 4.1%. Mientras tanto sus importaciones de \$242.9 billones, principalmente compuestos por maquinaria, químicos, artículos semi terminados, combustibles y equipo de transporte. Sus socios principales son Rusia 11.3%, Alemania 9%, China 9%, Estados Unidos 6%, Italia 5.6%, Irán 5.1%.

Diseño

Proveedores

Teniendo a México como uno de los principales exportadores de Garbanzo de calidad, la lista de productores de este producto es amplia, sin embargo en base a importancia y experiencia en cuanto a la exportación de sus productos, enseguida enlistamos algunos de ellos y una breve historia.

- Garbanzo Campo Nuevo

- Empresa fundada por Fernando Lubbert Astiazaran, especializada en la producción y venta de garbanzo. Actualmente ofrece el garbanzo en distintos tamaños para exportación, así como el garbanzo verde en su vaina. Encargada de ventas Lic. Ana Celeste León con correo electrónico aleon@garbanzocamponuevo.com. Dirección: Blvd. García Morales No. 495, Col. Quinta Emilia, C.P. 83220, Hermosillo Sonora, México. Teléfonos: +52 (662) 261-0331 y 32. Página web www.garbanzocamponuevo.com
- Jova Graneros S.A. de C.V.
 - Una empresa familiar fundada hace más de 30 años. Conformados por un grupo de empresas mexicanas dentro del ramo agroalimentario con enfoque internacional, dedicadas a la producción, acopio, almacenamiento, procesamiento, conservación, comercialización, importación y exportación de granos. Cuenta con más de 300 trabajadores. Para empaque de Garbanzo, cuenta con 3 plantas (Culiacán, Guamúchil y El Limón de los Ramos). Dirección: Carretera a Navolato Acera Sur #13916-C Pte., Colonia Centro Agua ruto, Culiacán, Sinaloa México C.P. 80308. Ventas exportación info@jova.com.mx y teléfono de contacto (667) 710-1910. Página web: www.jova.com.mx
- Mercanta S.A. de C.V.
 - Mercanta inició operaciones en 1996 en la Ciudad de Los Mochis, Sinaloa, México; pertenece a Grupo Ceres, corporativo fundado en 1960 que integra a empresas líderes en agro negocios en el Noroeste de México, que provee soluciones integrales al sector

agropecuario, de servicios logísticos y financieros con eficiencia y prácticas globales. Dirección: Zaragoza 444 Nte. Edif. San Isidro, Int. 310, piso 3, Col. Centro, C.P. 81200 Los Mochis, Sin., México. Teléfono: (668) 817 2587 y correo electrónico atencionclientes@mercanta.com.mx. Página web www.mercanta.com.mx

Para esta investigación se ha seleccionado a Jova Graneros como nuestro proveedor del garbanzo, la decisión radica en la experiencia con la que cuenta esta empresa, así como los más de 300 empleados que apoyan a la empresa. Cabe mencionar que por el tamaño de la empresa, ésta cuenta con una infraestructura muy importante, pues cuenta desde sus propios campos para cultivo, hasta servicios de logística para la entrega del producto a cualquier destino del mundo.

MÉTODO.....

.. 8

Descripción de la elaboración del producto

Antes de ver el proceso de elaboración del garbanzo, es importante dar a conocer de dónde proviene, además de algunas propiedades que éste ofrece, las cuales se describen enseguida.

El garbanzo, es una planta herbácea de aproximadamente 50 cm de altura, con flores blancas que desarrollan una vaina en cuyo interior se encontrarán de 1 a 3 semillas comestibles, lo que es conocido como garbanzo. Es la legumbre más consumida en el mundo, originaria del Medio Oriente, tiene una textura firme con un sabor entre castañas y nueces. El Garbanzo es generalmente de color amarillo pálido, más en la India hay rojo, negro y marrón. Actualmente, entre las leguminosas, el garbanzo ocupa el tercer lugar de producción en México después

del frijol y la soya y es exportado principalmente a países como España, Italia, Venezuela y Cuba. El garbanzo se conoce mundialmente por diferentes nombres como: garbanza, garbanzo bean, chickpea, chick pea, chickpeas, chick peas, chana, channa, chana dal channa dal, indian pea, cici, ceci bean, gram, bengal gram, hummus, cicer arietinum, kabuli, kabulli, desi, pois chicke, shihu, chola, cheechee, pois chiche, gran y safaid bean. Los garbanzos a menudo se utilizan como una alternativa de proteínas, sobre todo por vegetarianos, es una de las semillas con la mayor cantidad de proteínas, alto contenido en grasa y una buena fuente de calcio, vitaminas B y hierro. Ya teniendo en cuenta lo que es el garbanzo, se explicará el proceso de elaboración, desde su plantación hasta su empaque. Para ver a más detalle el proceso, se anexa imagen del mismo.



La preparación del terreno para la siembra del garbanzo no cuenta con cuidados especiales, el requisito primordial es que la suelo este libre yeso, lo que provocaría un garbanzo muy duro y de mala calidad. Por ser una planta que requiere poca agua, es factible que pueda durar hasta 3 semanas sin riego alguno, pues ésta extrae agua de la humedad acumulada en la tierra. Una vez preparado el terreno, se empieza con la siembra. Para la siembra, es recomendable utilizar de 25 a 30 plantas por metro cuadrado, aunque esta cantidad puede variar dependiendo de las condiciones del clima ya que un clima desfavorable puede

llegar a variar la disponibilidad de humedad en el suelo, y su crecimiento se vería afectado.

Teniendo ya la siembra se debe de esperar a que las plantas florezcan y podamos ver el fruto. Los frutos son en vaina bivalva con una o dos semillas en su interior que suelen ser algo arrugadas. Una vez las plantas con su fruto, se debe de esperar a que éstas se tornen a un color amarillento, sin embargo el fruto debe de prevalecer aún en color verde, y llevar a cabo el podado, cortando las plantas por encima del nivel del suelo o de la raíz, se apilan en montones y se dejan secar durante una semana, antes de ser trilladas. Por último una vez seca la planta del garbanzo, se deben de recolectar los frutos, siendo éstos separados de acuerdo a la calidad del grano (tamaño), siendo los más comunes de 7, 8 y 9 milímetros. Teniendo la separación en base a su tamaño, se procede a su empaque en bolsas de 25 o 50 kilogramos para su posterior distribución nacional o internacional.

Presentación del producto

El producto a ofrecer a nuestro cliente final será en la presentación de 1 kilogramo en base al alto consumo de este producto por las familias en aquel país. La presentación será en bolsas tipo celofán transparente para que el cliente pueda observar la calidad y pureza de nuestro producto.

Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria que nuestro producto ocupa, en base a información obtenida a través del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet, se encuentra en el capítulo 7 “Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios”, partida 0713 “Hortalizas de vaina (incluso silvestres) secas

desvainadas, aunque están mondadas o partidas”, sub partida 0713.20 “Garbanzos”, que conforma la fracción 07132001. Este grano para la exportación está exento de impuestos, por lo que no se generaría gravamen adicional al momento de ser enviado a otros países.

Permisos, autorizaciones y cuotas (sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias)

Por ser un producto comestible, y con posibilidades que se contamine por la llegada de una plaga, se necesita tramitar un permiso de exportación fitosanitario. Éste dará a conocer que el producto en cuestión se encuentra libre de plaga alguna y que es factible la exportación del mismo.

Requisitos de entrada del producto a Turquía:

Puede llegar en su empaque original, sin embargo es necesario que lleve etiqueta adicional en turco antes de ser ofrecido a los consumidores. Llevando la siguiente información.

- Nombre del producto, cantidad neta del producto, fecha de caducidad, cuidados especiales, nombre del exportador, así como sus datos de contacto, datos de registro de la empresa exportadora, país de origen, datos nutricionales y fecha y número de lote

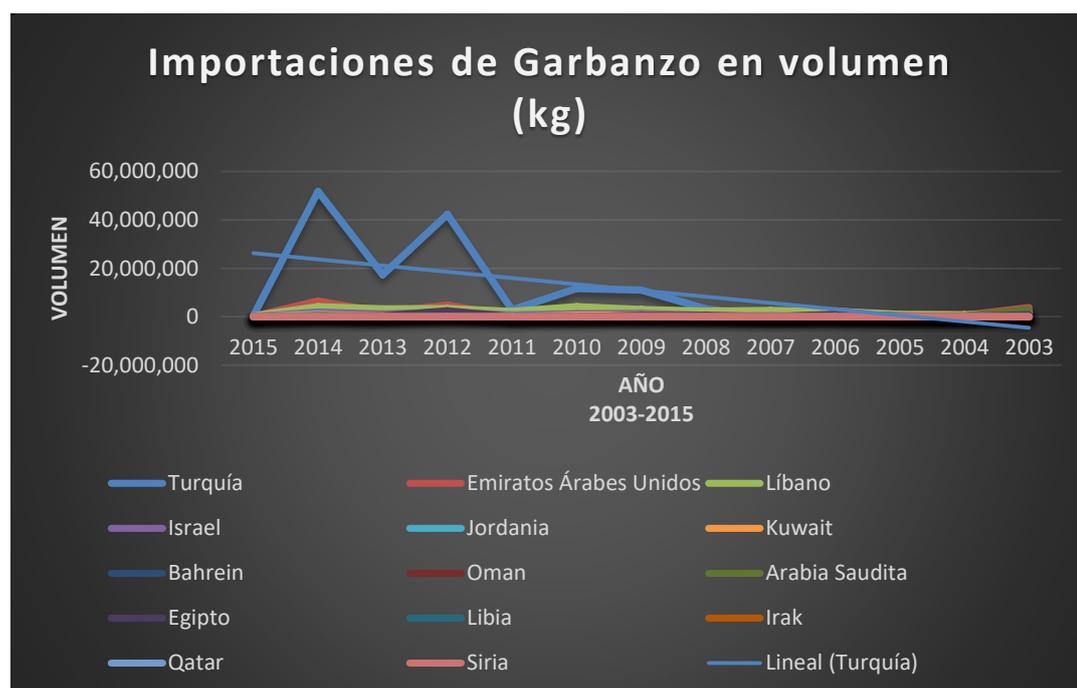
Adicional a la información antes mencionada, para la importación del producto, el exportador, antes de enviar el producto, debe darse de alta en el portal de control de importaciones, donde se deberá de enviar previamente copia certificada de lista de ingredientes así como documentos adicionales que en su momento se soliciten para la verificación del producto. Por parte del gobierno de Turquía, a las importaciones provenientes fuera de la Unión Europea se les solicita un certificado de origen general, para lo cual en el caso del garbanzo

mexicano bastará con el certificado de origen que emite el gobierno mexicano a sus productos de exportación.

Mercado meta

Tendencias del producto (gustos, modas, preferencias, costumbres)

Por ser un producto alimenticio de grandes propiedades y muy económico, el garbanzo cuenta con una tendencia de crecimiento muy importante. En el último año, Turquía importó, solo del garbanzo mexicano, una cantidad de 51 millones de kilogramos con la finalidad de abastecer el consumo sus habitantes que éste tiene. De acuerdo a información obtenida del Sistema de Información Arancelaria vía Internet, enseguida se muestra tabla de los mayores importadores del garbanzo mexicano en kilogramos.



Fuente: Sistema de Información Arancelaria Vía Internet

Cliente y distribución

Para la distribución y venta de nuestro garbanzo se ha seleccionado Migros supermercado. Migros es actualmente la mayor cadena de supermercados en

Turquía, en total cuenta con 1,156 tiendas, de las cuales alrededor de 928 son Migros stores (tienda comercial similar a Walmart), cerca de 200 tiendas Tansas stores, 24 5M stores, y 27 Macro stores. Tan solo en Estambul, cuenta con 196 tiendas estratégicamente distribuidas. Al haber seleccionado una cadena de supermercados se intenta llegar a nuestro mercado meta más fácilmente, pues por ser la cadena más importante en Turquía, el desplazamiento de éste sería más constante al haber un flujo natural de gente.

Competencia del producto

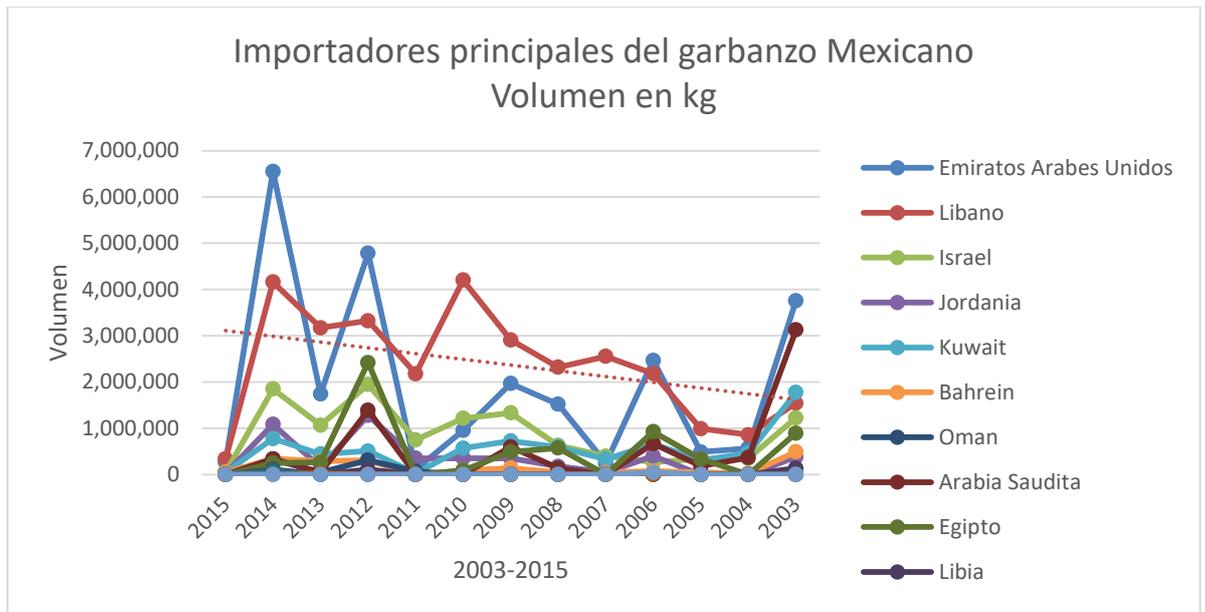
A nivel local, nos encontramos que existen distintos productores y exportadores del garbanzo en cuestión. Destacan 3 de ellos los cuales por su infraestructura, conocimiento del mercado y potencial exportador pueden ser considerados como competencia directa, siendo estos Garbanzo Campo Nuevo, empresa dedicada exclusivamente al garbanzo, manejando dos presentaciones, el garbanzo en sus distintos tamaños, y garbanzo verde en su vaina; Mercanta, una empresa de Grupo Ceres, dedicada a todo el proceso agricultor de distintas semillas y granos, los cuales hacen que ofrezcan todos los servicios relacionados, y por último Productos Verde Valle, cuenta con oficinas de representación en las principales ciudades del país. Por otra parte, los competidores a nivel internacional en base a información obtenida del servicio de información de comercio de las Naciones Unidas, los principales países exportadores son Australia, India y Canadá.



Fuente: Comtrade United Nations

Importadores potenciales

Es importante mencionar que a pesar de que Medio Oriente es considerado como uno de los principales productores a nivel mundial del garbanzo, la cantidad de exportación del garbanzo mexicano para aquellos países es alta, esto debido a la calidad que ofrece nuestro producto, aunado al precio muy competitivo, pues aun tomando los costos adicionales al producto como son los gastos de envío, aduanas, arancel impuesto como medida proteccionista a su industria, entre otros, el precio final es aún por debajo del precio de venta ofrecido a los consumidores por parte de los distribuidores. Es por eso que en la siguiente gráfica podemos ver, que sin considerar a Turquía, se cuenta con una buena importación de los países de Emiratos Árabes Unidos con una cantidad en kilogramos de 6,533,075 y de Líbano por 4,162,000 con fecha al cierre del 2014.



Fuente: Sistema de Información Arancelaria Vía Internet

Precio de venta existente en el mercado

Se enlistan algunos precios de venta en una de las cadenas principales de supermercados. Los cuales serían competencia directa para nuestro producto.

SEZON NOHUT 1 KG	6.95 TL (\$40.27 MXN)
YAYLA KOÇBAŞI NOHUT 1000 G	6.75 TL (\$39.12 MXN)
NOBA NOHUT KOÇBAŞI 1 KG	5.45 TL (\$31.58 MXN)
MİGROS NOHUT 1000 GR	4.4 TL (\$25.49 MXN)

Cabe mencionar que el garbanzo mexicano es considerado como uno de los de mayor calidad a nivel mundial, por lo que por cuestiones de calidad estaría a la par e inclusive por arriba de los ofrecidos en aquel país.

RESULTADOS

..... **16**

Trámites y proceso de exportación

Ventas al exterior

Tomando en consideración que el producto puede ser consumido por casi cualquier persona, no importando su edad, estaríamos hablando de un mercado meta de casi 73 millones de personas. Al hablar de nuestra ciudad destino, que cuenta con 13,203,696 habitantes y considerando que alrededor de un 10% de ésta son personas mayores 80 años y niños menores a 4 años, los cuales por sus condiciones hacen que se dificulte el consumo del garbanzo por éstos, es prudente decir que nuestro mercado meta será de alrededor de 12 millones de personas, una cifra bastante interesante para la comercialización de nuestro producto. Siendo conservadores en el manejo del producto, como primer venta, se estará manejando un total de 22,000 kilogramos empacados en bolsas de 1 kg cada uno, dando un total de 22,000 piezas que se estarían ofreciendo a través de las 928 tiendas Migros stores. Dado el dato anterior, en cada locación del supermercado estarían al menos 112 piezas para su venta final.

Transporte, empaque y seguros

Para la transportación del garbanzo, por su peso y volumen, es indispensable que su traslado sea vía marítima, para lo cual, tomando en consideración los 22,000 kilogramos que se desean exportar, sería necesario un contenedor de 20 pies, cubriendo casi la totalidad del mismo con la cantidad antes mencionada de producto. El traslado se manejará primeramente con un empaque de bolsa transparente tipo celofán de 1 kilogramo cada uno y posterior empacado en bultos de 50 kg, dando un total de 440 bultos a ser puestos en el contenedor. Una vez preparado, éste será llevado desde las instalaciones de Jova hacia el puerto de manzanillo donde saldrá hacia su destino final.

Por cuestiones de seguridad tanto para el vendedor como el comprador, la mercancía será asegurada durante el traslado, el cual implica un .6% adicional al

valor de la mercancía más el costo de transporte. Para conocer más a detalle el costo de transportación vía marítima, se muestra la siguiente tabla.

Concepto	Costo USD
Document charge	\$ 50.00
Seafright	\$ 3,084.00
Container premium	\$ 25.00
Bunker charge	\$ 292.00
Panama Canal Charge	\$ 315.00
Carrier Security Fee	\$ 13.00
Security Manifest Document Fee	\$ 35.00
Terminal Security Charge Dest	\$ 8.00
Temporary Acceptance Fee Dest	\$ 215.00
Terminal Handling Charge Dest	\$ 165.00
Destination Delivery Charge	\$ 70.00
Manifest Fee Destination	\$ 30.00
Inspection Fee Destination	\$ 10.00
Total	\$ 4,312.00

Despacho aduanal

Para el despacho aduanal en Turquía, los requisitos que éstos solicitan se mencionan enseguida.

- Forma de certificado de control, factura comercial, lista de empaque, documento que certifique el lugar de origen., datos de registro del importador, doros documentos establecidos por MinFal.

Precio de venta

El precio de venta propuesto a nuestro producto, es de \$21.57 pesos, este precio de venta se llega después de la consideración de los gastos de transportes, servicios aduanales, seguro de la mercancía y un 50% de utilidad deseable en la venta del producto.

Utilidad

La utilidad a obtener en la operación total asciende a \$140,145.61 pesos, tomando en consideración que en la operación se están vendiendo 22,000 kilogramos de garbanzo tamaño 9mm con envío a la ciudad de Estambul, Turquía a un precio de \$21.57 pesos por kilogramo, dando un total de la operación de \$474,533.05 pesos. Se anexa la siguiente tabla del desglose de los costos para llegar al precio de venta propuesto y posteriormente a la utilidad antes mencionada, así como tabla comparativa de los precios de los competidores vs precio de nuestro producto.

Concepto	Unitario	Total
Costo	\$ 9.00	\$ 198,000.00
Envío	\$ 3.02	\$ 66,404.80
Seguro	\$ 0.07	\$ 1,586.429
Empaque	\$ 0.50	\$ 11,000.00
A. aduanal	\$ 0.15	\$ 3,300.00
Costo México	\$ 12.74	\$ 280,291.23
Impuesto arancelario (19.30%)	\$ 2.46	\$ 54,096.21
Utilidad (50%)	\$ 6.37	\$ 140,145.61
Precio de venta	\$ 21.57	\$ 474,533.05

Competencia	Precio MXN	Precio JOVA	Utilidad Máxima en pesos
Competencia A	\$ 40.27	\$ 21.57	\$ 18.70
Competencia B	\$ 39.12	\$ 21.57	\$ 17.55
Competencia C	\$ 31.58	\$ 21.57	\$ 10.01
Competencia D	\$ 25.49	\$ 21.57	\$ 3.92

CONCLUSIONES

En base a la información antes presentada y analizada, se concluye la factibilidad de comercializar el garbanzo mexicano en la ciudad de Estambul, Turquía, puesto que al comparar los precios de venta que el producto en cuestión tiene para sus clientes finales, vemos que como mínimo se puede garantizar un 20% de utilidad al distribuidor, siempre y cuando este decida competir con el

producto de más bajo precio, sin embargo, si se decide competir con los demás productos, el distribuidor puede llegar a obtener hasta un 100% de utilidad.

Es de considerar el tiempo de traslado que puede tomar el producto, pues este puede tomar hasta 36 días en mar, más los tiempos de desaduanización en ambos países.

Por último y como punto más importante, la utilidad que se manejaría para el comerciante del producto, es decir el vendedor, su utilidad puede llegar a ser de hasta más del 50%, lo cual haría muy rentable la comercialización del grano.

Bibliografía

1. <http://comtrade.un.org/data/>
2. <http://tao.wto.org/report/ExportMarket.aspx>
3. http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/553/11/CE_DICIEMBRE_1956_10.pdf
4. <http://siteresources.worldbank.org/DATASTATISTICS/Resources/CLASS.XLS>
5. http://www.turkstat.gov.tr/AltKategori.do?ust_id=13
6. <http://www.tarim.gov.tr/Sayfalar/EN/AnaSayfa.aspx>
7. <http://www.senasica.gob.mx/?id=1051>
8. <http://www.hapag-lloyd.com/>



INTERNACIONALIZACIÓN E INNOVACIÓN EN EL POSGRADO DE NEGOCIOS, RETOS Y OPORTUNIDADES.

José Luis Bravo Silva

*Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa
Milán 255 A, Col Versalles, Puerto Vallarta, Jalisco, 48310*

j.luis.bravo@gmail.com

Mexicano

Luz Amparo Delgado Díaz

*Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa
Circunvalación del Robalo 153-2 Depto 2, Col. Los Mangos, Puerto Vallarta,
Jalisco, 48310*

Jab1298@gmail.com

Mexicano

Manuel Ernesto Becerra Bizarrón

*Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa
Rio Santiago 214, Residencial Fluvial Vallarta, Puerto Vallarta, Jalisco, 48312*

Mabebi9@hotmail.com

Mexicano

Elba Martina Cortés Palacios

*Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa
Jorge Negrete 196, Col La Moderna, Puerto Vallarta, Jalisco, 48344*

cortes_elba@hotmail.com

Mexicana

Fecha de envío: 23/Abril/2015

Fecha de aceptación: 05/Mayo/2015

Resumen

La presente investigación analiza los retos y oportunidades de innovación e internacionalización de un programa de posgrado profesionalizante a partir de un modelo de innovación de quinta generación o de innovación de integración de sistemas y establecimiento de redes, su movilidad interna y externa.

El presente estudio ofrece un análisis de los elementos del sistema: el tejido empresarial , el recurso humano en formación y sus procesos de colaboración, reflejando las métricas de impacto que se traducen en potenciales innovaciones de producto, proceso, mercadotecnia y organizacionales en las empresas de la región. Destaca la importancia de la transdisciplinariedad , la colaboración académica con instituciones externas para el logro de efectos transformadores del entorno.

Palabras Clave: Innovación, Internacionalización, Posgrados

Introducción

La competitividad turística es la capacidad del destino turístico para atraer viajeros e inversión nacional y extranjera en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incremente la ocupación y el gasto promedio, y permita generar beneficios reales para las comunidades locales, las empresas y los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio natural. (GEMES, 2013)

La competitividad turística ha sido medida a través de varios índices a nivel global y nacional. El Índice de Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, se ha medido desde hace siete años a la fecha gracias a la colaboración de la industria turística mundial, dada la relevancia de la actividad pues representa a nivel global, una fuente de empleo directo para 120 millones de personas y 125 millones de empleos indirectos por las industrias relacionadas al turismo, lo que representa uno de cada 11 empleos en el mundo (World Economic Forum, 2013). La competitividad mundial se mide a través de tres pilares: Marco regulatorio a través de 5 variables, entorno de negocios e infraestructura a través de 5 variables y recursos naturales, culturales y humanos. El recurso humano es clave para el logro de la competitividad, dado que de ellos depende el desarrollo y crecimiento del sector. Este pilar toma en cuenta la educación y entrenamiento de la población, midiendo el número de personas en educación primaria, secundaria, calidad del sistema educativo, disponibilidad local de servicios de investigación especializada y entrenamiento, entrenamiento del personal turístico, así como la disponibilidad de mano de obra calificada en el que toma en cuenta las prácticas de contratación y despido, la facilidad de contratación de personal extranjero, prevalencia de VIH, impacto del VIH/SIDA en los negocios y esperanza de vida.

El Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos, contempla en la dimensión 3 recursos humanos e indicadores educativos, que mide el potencial de las personas de una entidad para desarrollar la actividad turística de manera profesional y competitiva en su región. El Índice contempla las variables: fuerza laboral disponible, grado promedio de escolaridad, universidades, escuelas superiores relacionadas al turismo, personal ocupado en el sector hotelero, estudiantes universitarios en turismo, escuelas de idiomas, educación media superior, educación superior, centros de enseñanza turística, trabajadores capacitados, salario promedio diario de cotización como medida para determinar el avance en este aspecto de cada estado (Tello C., Cerda M., & Pardo M., 2012).

“El capital humano de una nación – las habilidades y capacidades que residen en las personas y que se utiliza de manera productiva- puede ser determinante del éxito económico del país en el largo plazo que cualquier otro recurso. Se debe invertir en este recurso y generar un impulso a su eficiencia para poder generar rendimientos”. (World Economic Forum, 2013) Con esta expresión, queda clara la relevancia del factor humano para la competitividad, sin embargo se reconoce que el factor humano es complejo, cada individuo es una combinación única de habilidades y capacidades, lo interesante es que esas combinaciones lleven al éxito de un país, por lo tanto es importante la inversión en este recurso. La inversión en capital humano no puede garantizar un retorno si no existen parámetros claros, que sean medidos oportunamente y que se orienten las inversiones en un sentido de retorno, para el individuo, las organizaciones y los países.

Para la medición del capital humano, el Foro Económico Mundial, considera cuatro pilares, el pilar de salud y bienestar que considera el bienestar físico y mental de la población desde la infancia hasta la adultez. El pilar de educación que considera

aspectos cuantitativos y cualitativos de la educación en todos sus niveles y la fuerza de trabajo presente y futura. El pilar de empleo y fuerza de trabajo, que cuantifica la experiencia, talento, conocimiento y talento de la población económicamente activa. El pilar de entorno facilitador que considera el marco legal, infraestructura, colaboración y movilidad social.

Puerto Vallarta forma parte de los municipios con la mayor participación económica en el estado de Jalisco, presenta valores por encima de la media estatal (55.8%) el valor más alto de 62.5% En el municipio se encuentran establecidas un total de 10,352 unidades económicas, donde los sectores principales corresponden a manufactura, comercio y servicios. La población mayor de 12 años asciende a 190,562, de los cuales el 62.5% son económicamente activos, de estos 119,107, se encuentra ocupada en alguna actividad económica, lo que representa el 95.9% de los individuos. El sector industrial de Puerto Vallarta no exporta sus productos, es en el mismo destino donde se comercializa la producción generada. Los productos del sector manufacturero como alimentos, bebidas, hielo y agua purificada son destinados para satisfacer la demanda local. La ropa, productos textiles y sandalias son distribuidos en los mercados locales. Por último, el material extraído de los bancos de material es usado para el subsector de la construcción. Sólo el 6% de la población ocupada se dedica a actividades secundarias, mientras que el 93% se dedica a los servicios.

En la actividad turística, según datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco, para el 2011 se recibieron más de 3.6 millones de turistas, representa un crecimiento del 2.88% respecto a 2010 y una derrama económica de 11,991 millones de pesos. La afluencia total de turistas fue de 3'608,764 turistas, de ellos 2,129,701 de procedencia nacional y 1'479,063 extranjera. Se recibieron 2.1 millones de visitantes de procedencia nacional, la mayor captación de visitantes son del interior del Estado

con 34%, del Distrito Federal con el 19.1%, el 5.64% son del Estado de México y el 5.3% de Guanajuato.

En lo que respecta al mercado internacional la afluencia fue de 1.4 millones de turistas, de ellos el 78.9% procedentes de los Estados Unidos, principalmente de los estados de California, Texas, Illinois, Colorado y New York; en segundo lugar con un porcentaje del 15% de Canadá, principalmente de Alberta, Ontario, Columbia Británica y Quebec; además del 3.8% del Continente Europeo de los países: Alemania, España, Francia, Inglaterra y Holanda.

El 54.1% de la población cuenta con educación básica; el 23% tiene educación media superior; y sólo el 18.4% posee algún grado aprobado en educación superior.

En el contexto anteriormente descrito, opera el sujeto de estudio, un programa profesionalizante de posgrado en Administración de Negocios cuya finalidad es: dotar de conocimientos científicos y técnicos a los alumnos de manera que destaquen en la disciplina de la administración por tener capacidad y habilidades que les permitan anticiparse a los problemas de su ámbito profesional capaces de interpretar el entorno económico, político y social, así como tener la capacidad de instrumentar el proceso administrativo utilizando sistemas internacionales de calidad con un espíritu emprendedor e innovador, con capacidad para crear nuevas fuentes de empleo y habilidad negociadora además de la aptitud para tomar decisiones en condiciones de incertidumbre manteniendo compromiso con el desarrollo local, regional y nacional desempeñando la actividad con un elevado sentido de responsabilidad social.

Ante este reto, la presente investigación analiza desde un enfoque sistémico, los retos y oportunidades de innovación e internacionalización del programa.

Marco Teórico

Movilidad Académica

En los últimos años la movilidad de estudiantes y docentes tanto a nivel nacional como internacional ha tenido un gran crecimiento. Las universidades de distintos países han dado respuesta a esta nueva demanda creando becas, convenios internacionales y programas de intercambio académico además de cursos del idioma natal dirigido particularmente a los estudiantes extranjeros. (Medrano, 2013)

El fenómeno de la movilidad estudiantil se ha llevado a cabo desde que las Instituciones de Educación Superior comenzaron a motivar a sus estudiantes a desplazarse a otras ciudades o países con la finalidad de incrementar su formación. La posibilidad de viajar y permanecer por un tiempo inmerso en un país diferente al suyo, les ofrece a los estudiantes la oportunidad de experimentar otras costumbres, culturas e idiomas enriqueciendo así su formación de una manera vivencial. Esto ha ocasionado que la movilidad de estudiantes sea cada vez más popular y demandada, hecho por el cual es imprescindible estudiar a fondo sus características y tendencias a fin de adecuar la oferta a la creciente demanda. Es por ello que el presente trabajo de investigación pretende explorar los conceptos establecidos por diferentes autores así como sus características e importancia. (Medrano, 2013) La movilidad académica, puede diferenciarse de la siguiente forma:

1. **Movilidad académica:** Desplazamiento físico de profesores e investigadores, los cuales realizan estudios de posgrado, prácticas de laboratorio, investigaciones, diplomados, cursos cortos, etc. en una Universidad distinta a la suya con la cual se tiene un convenio de movilidad.

2. **Movilidad estudiantil:** Desplazamiento físico de estudiantes de licenciatura y posgrado de una IES a otra, para cursar alguna asignatura o semestre, así como para realizar diplomados, prácticas, visitas académicas, etc.

Las características más destacadas de esta movilidad son el aprendizaje de forma vivencial y la combinación de la educación con la experiencia de un viaje. Cabe señalar que estos viajes no necesariamente se dan a través de un intercambio académico. Esto quiere decir que la movilidad puede darse de manera individual o a través de los convenios entre instituciones.

Dada su naturaleza la movilidad académica debe dividirse en movilidad académica doméstica, la cual comprende los desplazamientos dentro del territorio nacional, y movilidad académica internacional, compuesto por los desplazamientos universitarios entre distintos países.

Innovación

Según (Parra & Calero, 2006) la innovación y el conocimiento son actualmente fuentes de ventaja competitiva. La innovación no es sólo una nueva idea o el invento de un nuevo dispositivo o el desarrollo de un nuevo mercado, sino un proceso constituido de la integración de todas las áreas de una organización funcionando de una manera integral (Guerra, 2005).

Los modelos de innovación de primera y segunda generación respectivamente, se caracterizan por su concepción lineal del proceso de innovación. La innovación tecnológica es descrita como un proceso de conversión, en el que ciertos insumos se convierten en productos a lo largo de una serie de pasos. Estos primeros modelos sobre el proceso de innovación, aunque muy simplistas en sus consideraciones, tienen

valor histórico, ya que establecieron las bases de los modelos posteriores. (Velasco, 2008)

El modelo de impulso o enfoque de la tecnología o de la ciencia (Rothwell, 1994). Contempla el desarrollo el proceso de innovación a través de la causalidad que va desde la ciencia de la tecnología y viene representado mediante un proceso secuencial y ordenado que, a partir del conocimiento científico y tras diversas fases o estadios, comercializa un producto o proceso que puede ser económicamente viable. Su principal característica es su linealidad, que supone un escalonamiento progresivo, secuencial y ordenado desde el descubrimiento científico, hasta la investigación aplicada, el desarrollo tecnológico, la fabricación y el lanzamiento al mercado de la novedad. (Fernandez Sanchez, 1996)

El modelo del tirón de la demanda o del mercado (market pull), las necesidades de los consumidores se convierten en la principal fuente de ideas para desencadenar el proceso de innovación. El mercado se concibe como la fuente de ideas a las que dirigir la investigación y desarrollo (I+D), que desempeña un papel meramente reactivo en el proceso de innovación, aunque todavía juega un papel esencial como fuente de conocimiento para desarrollar o mejorar los productos y procesos. (European Comission, 2004)

En los modelos de innovación por etapas, consideran la innovación como una actividad secuencial de carácter lineal. Se contempla el proceso de la innovación como una serie de etapas consecutivas, detallando y haciendo énfasis, bien en las actividades particulares que tienen lugar en cada una de las etapas, bien en los departamentos o áreas involucrados. Una de sus principales aportaciones es que incluyen elementos tanto del empuje de la tecnología como del tirón de la demanda.

Forrest (1991) describe el proceso de innovación en términos de los departamentos de la empresa involucrados: una idea que se convierte en un insumo para el departamento de I+D, de ahí pasa al diseño, ingeniería, producción, marketing y finalmente, se obtiene como salida del proceso, el producto.

El modelo de Kline & Rosenberg (1986) de enlaces en cadena o modelo cadena-eslabón: en vez de tener un único curso principal de actividad como el modelo lineal, tiene cinco. Dichos caminos o trayectorias son vías que conectan las tres áreas de relevancia en el proceso de innovación tecnológica: la investigación, el conocimiento y la cadena central del proceso de innovación tecnológica.

Los modelos mixtos o interactivos incorporan procesos retroactivos de comunicación entre las diversas etapas, esencialmente siguen siendo modelos secuenciales, con lo que el comienzo de una etapa queda supeditado a la finalización de la etapa que le precede. A partir de la consideración del tiempo de desarrollo como una variable crítica de innovación, las fases del proceso de innovación tecnológica comienzan a ser consideradas y gestionadas, en vez de mediante procesos no secuenciales, a través de procesos solapados o incluso concurrentes o simultáneos. (Hidalgo Nuchera, Leon Serrano, & Pavon Morote, 2002)

Chesbrough (2003) señala a la innovación abierta como un nuevo paradigma en el cual, el uso de ideas internas y externas para crear sistemas o arquitecturas que generen valor, difiere significativamente de los sistemas cerrados en donde las ideas y propuestas se desarrollan al interior de una compañía y de ahí emergen al exterior. Los sistemas de innovación abiertos proponen la co-creación de valor a través de una interacción abierta con el entorno de una organización. Si se parte de un escenario de abundante conocimiento, este debe ser usado para proveer valor a la organización que lo genere, por lo tanto no puede estar restringido dentro de la organización que lo

crea. Ante este escenario, el programa de la Maestría en Administración de Negocios se explora como sistema de innovación abierto.

Modelo para la medición de la innovación.

El Manual de Oslo emitido por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, plantea un modelo para medir la innovación en el cuál separa por componentes y recomienda medir cada componente y sus interacciones para poder describir la funcionalidad del sistema (OECD Eurostat, 2005). Al centro aparece la empresa y el tipo de innovaciones que puede generar; de producto, mercado, proceso y organizacional, que se puede ver apoyada por el marco institucional y la infraestructura existente, por otras empresas con las cuales puede colaborar, el sistema público de investigación y educación en donde se ubica la universidad y la demanda de innovaciones o mercado, a quien se dirige el proceso y de donde surgen las necesidades y que de las interacciones se produce la política de innovación de un país. Plantea un abordaje sistémico en la medición de la innovación, gráfico 5.



Gráfico 5 Modelo de medición de la innovación.

El modelo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) para el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) concibe a los programas de calidad en el país, bajo un modelo de interacciones similar, en donde el centro, representado por la institución educativa, debe atender de manera pertinente la demanda del entorno en el cuál se ubica el programa, a través de aspectos clave.

Método

El presente estudio exploratorio descriptivo, se realizó bajo un enfoque cualitativo, transeccional. Partiendo de revisión documental, se contextualizó el ámbito particular del programa de la Maestría en Administración de Negocios. Se identificó mediante revisión documental los distintos modelos de innovación y su evolución a fin de identificar el modelo de innovación abierta a fin de contrastar las características del programa con los aspectos que el modelo plantea.

A partir del modelo de innovación abierta se desarrolló un instrumento diagnóstico compuesto por cuatro apartados: matrícula, co-creación, cuerpo docente y resultados. El aspecto de co-creación se realizó mediante entrevistas semi - estructuradas aplicado a la totalidad del cuerpo docente y responsable del programa. El aspecto de cuerpo docente se exploró mediante entrevistas semi estructuradas a la totalidad del núcleo académico básico. El aspecto de resultados se exploró a partir de entrevistas semi-estructuradas aplicadas a egresados del programa, empresas e instituciones con las cuales se ha tenido una relación a través de los trabajos de aplicación del programa.

Resultados

Un posgrado de calidad reconoce la capacidad de formación en el posgrado de las instituciones y centros de investigación que cumplen con los más altos estándares de pertinencia y calidad en el país. Los procesos de evaluación y seguimiento son componentes claves para ofrecer información a los estudiantes y a la sociedad en general sobre la pertinencia de los programas de posgrado. Existen principios rectores de la enseñanza superior en México y en el mundo, entre los que destacan: La libertad académica, la articulación formación-investigación-vinculación y el respeto a la diversidad cultural. Además de estos principios, la capacidad de internacionalización del posgrado así como sus impactos y resultados. (Bravo, Delgado, Becerra, & Cortés, 2014)

El núcleo académico básico del programa, está compuesto por 8 Doctores y 7 Maestros con líneas de investigación vigentes y congruentes con la finalidad del programa, cuyas investigaciones se centran en la competitividad y gestión efectiva de las instituciones del área geográfica en la cual el programa tiene su impacto y que cuentan en su haber con 668 distinciones por su labor académica.

La productividad docente se refleja en 87 artículos de los cuáles el 24% se encuentra publicado en revistas indizadas. Han publicado 80 libros y han presentado 192 trabajos en foros nacionales e internacionales, 1 desarrollo tecnológico, 44 patentes y derechos de autor. El 33% de los profesores cuenta con reconocimiento como investigadores del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) un reconocimiento que implica alta productividad de calidad e impacto internacional en el trabajo de investigación que se realiza, una característica que permite la fertilización de ideas a los alumnos en formación, por parte de investigadores reconocidos.

Los profesores interactúan con los alumnos a través de tutorías que implican el acompañamiento constante de la actividad académica y a través de la dirección de tesis. Producto de esta colaboración se han presentado 176 trabajos de investigación en colaboración en foros nacionales e internacionales, en la publicación de 17 artículos de investigación publicados en libros y revistas indizadas. La colaboración académica profesor alumno ha permitido concretar 35 trabajos de aplicación en la empresa.

Las características del cuerpo docente y los mecanismos de interacción con el alumno, han permitido impactar primordialmente en propuestas de sector servicios, pero dada la diversidad de carreras de origen también ha permitido que algunas propuestas de intervención sean dirigidas a sectores menos desarrollados como la agricultura y actividades de sector primario.

El 100% de los egresados está inserto laboralmente en una disciplina acorde al área de formación. El 23% cuenta con puestos de responsabilidad gerencial, el 42% con responsabilidad de mando medio, 25% está inserto en labor académica y solo 10% ha formado empresa.

El 100% de los egresados está inserto en actividades del sector servicios de los cuales 23% en sector público y 77% en sector privado. Los emprendimientos realizados son en su totalidad del sector servicios.

El programa de estudios ha tenido vinculación con 8 instituciones extranjeras y 6 nacionales, ha realizado 9 eventos de difusión de resultados de investigación realizados por alumnos y maestros, lo que permite interactuar con distintos puntos de vista para la investigación y su impacto.

Conclusiones:

El programa de estudios cuenta con importantes resultados al operar como sistema abierto de lo que ha permitido la colaboración de la academia con la empresa en un proceso formativo, lo que ha permitido proponer a través de los trabajos de tesis y de intervención en la empresa.

La inserción laboral oportuna de los egresados es un punto favorable, pero aún faltan esfuerzos para desarrollar capacidades innovadoras de alto valor, que conciben la región con un potencial más amplio que la vocación turística, comercial y de servicios.

El impactos en publicaciones de artículos científicos y tecnológicos derivados de trabajo colaborativo de la universidad y su entorno, ha tenido difusión en foros nacionales e internacionales, pero aún no se han logrado redes internacionales de colaboración para la investigación que permitan ampliar el ámbito de impacto del conocimiento generado.

El encadenamiento productivo, es aún un reto formativo del programa, la mayoría de soluciones propuestas se dirigen a empresas en particular, algunas a sectores pero aún no se presentan trabajos de investigación que busquen el cruce de sectores para la generación de mayor valor, en el ámbito local, regional o internacional. Aun y con el hecho que el programa promueve las interacciones con diversidad de puntos de vista, gracias a la presencia de alumnos y profesores externos en el programa, el número incipiente de alumnos en movilidad, puede ser un causante del hecho. Los recursos para la movilidad, no son una limitante para el programa desde la perspectiva financiera o de gestión. La fertilización cruzada de ideas por la interacción con otros países podría resultar beneficiosa en los productos que el programa genera hacia su comunidad.

El emprendimiento de alto valor y la formación para el mismo, aun y con el hecho de estar disponibles para el alumno en formación, no generan los impactos deseados.

Es imperante expandir la visión del cuerpo docente, concibiendo el sistema en el cual participan como un sistema de innovación de alto valor a fin de que puedan impactar y fertilizar ideas de los alumnos en formación.

Bibliografía

- Bravo, J. L., Delgado, L. A., Becerra, M. E., & Cortés, E. M. (2014). El posgrado de calidad como modelo de innovación abierta, retos y oportunidades. Caso Maestría en Administración de Negocios, CUCOSTA, Universidad de Guadalajara. *IV Congreso Internacional de Gestión Tecnológica e Innovación*. Cartagena.
- GEMES. (2013). *Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México*. Mexico D.F.
- Medrano, E. (Diciembre de 2013). Estrategias para alentar el turismo académico en Puerto Vallarta, México. Tesis de Maestría, Universidad de Guadalajara - Conacyt.
- Tello C., J. M., Cerda M., G. C., & Pardo M., P. (2012). *Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos 2012*. Monterrey, NL: CIETec.
- World Economic Forum. (2013). *The Human Capital Report*. Cologny/Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
- World Economic Forum. (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 - Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation*. Geneva: World Economic Forum.



PROPUESTA DE APLICACIÓN WEB PARA LA GESTIÓN DE AUDITORÍAS EN EL TURISMO

Rismary Cabrera Estévez

Havanatur (Cuba)

risitos1987@gmail.com

Calle 8 No.30 Reparto La Gloria, Camagüey, Cuba, 535-3847393

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 09/Abril/2015

Resumen / Abstract

El proceso de auditoría de una organización funciona como una de las principales etapas del ciclo de mejora continua de los procesos organizacionales. Mantener un estricto control, supervisión y seguimiento es un punto clave para el logro del éxito y la calidad óptima en su ejecución. En el grupo de auditorías del Ministerio del Turismo, todo ese proceso se ejecuta manualmente, lo que provoca deficiencias en el mismo, producto de la carga de trabajo por el gran número de instalaciones a auditar. El propósito fundamental de esta investigación es proponer una aplicación web con el uso de tecnologías libres con resultados profesionales y medibles a corto plazo que automatice los procesos en la gestión de la auditoría y sirva de apoyo a la toma de decisiones de los auditores. Dicha aplicación estará vinculada a un administrador dedicado al constante control y emisión de notificaciones con el estado del trabajo.

The audit process in an enterprise works as one of the most relevant stages in the cycle of the continuous improvements of the organizing processes. To keep a tight control, supervision and monitoring is a paramount point to achieve the success and the top quality in its implementation. In the groups of auditors in the Ministry of Tourism, this process is implemented manually, provoking deficiencies in them, due to the great amount of enterprises to audit. The main purpose of this research is to propose a web application using free technologies with professional results that can be measurable at a short term, to automate processes during the auditing period supporting the decisions for the auditors to take. The web application will be connected to an administrator dedicated to the constant control and issuing notifications of the state of the work.

Palabras Claves / Key Word: aplicación web, automatización de procesos, software auditoría, software libre / audit software, free software, process automation, web application.

Introducción

El Ministerio del Turismo en Cuba (Mintur) es el organismo estatal rector del sistema de turismo, el cual elabora la política y controla su aplicación en las entidades que administra. Entre sus principales objetivos se encuentran diseñar y concretar una comercialización más eficiente del producto turístico, incrementar y diversificar una oferta turística más competitiva, elevar el nivel de eficiencia económica del sistema así como desarrollar hasta los niveles más avanzados la informática y los sistemas de comunicación.

Para controlar, fiscalizar y salvaguardar los recursos del sector existe una Dirección de Auditoría la cual está conformada por grupos de auditores distribuidos por todo el país, a los que se suman Auditores Internos en diversas instituciones turísticas.

Todo el proceso referente a la gestión de las auditorías actualmente se realiza manualmente, dígase planificaciones, asignación de auditores y recursos, manipulación y archivo documental, acceso a la información auditable, control del tiempo de ejecución, información de resultados así como el seguimiento a los procesos. Actualmente existen numerosas entidades turísticas y se incrementan cada día más, lo que trae consigo una elevada carga laboral en los auditores y a su vez atrasos en los procesos de auditoría que atentan contra la calidad del trabajo y el control de los recursos.

El proyecto de investigación, cuyos resultados aquí se exponen, surgió precisamente como una forma de dar solución a la problemática existente, planteándose la autora como Objetivo, desarrollar una propuesta de aplicación web orientada a la gestión de los procesos de las auditorías según las normas de auditoría y enfocada a la ayuda en la toma de decisiones de los

auditores, en aras del logro de una calidad óptima en el desarrollo de los procesos de auditoría dentro del Mintur o de instituciones similares.

Marco Teórico

La auditoría es el examen examinador y sistemático que realiza a un individuo, organización, sistema, proceso, proyecto o producto. Existen diversos tipos de auditorías y según su clasificación se ejecutan diferentes temas mediante una serie de métodos de investigación y análisis con el objetivo de producir la revisión y evaluación profunda de la gestión efectuada.

En la ejecución de la auditoría intervienen cuatro fases las cuales se muestran en la “Figura 1”:

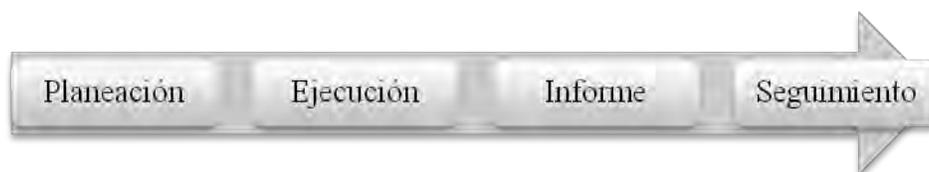


Figura 1. Fases de la Auditoría

En la fase de **Planeación** se determina el logro de los niveles de gestión óptimos en el proceso de auditoría. Es la fase donde se reúne información sobre la entidad auditada para determinar los riesgos y áreas de mayor importancia. Se definen los objetivos y alcances. Se elaboran los planes de trabajos generales e individuales. Se determinan los recursos humanos y materiales. Se selecciona la muestra a ser evaluada.

El objetivo de la etapa de la **Ejecución de la Auditoría** es obtener y analizar toda la información del proceso que se audita, con la finalidad de obtener evidencia suficiente, competente y relevante, es decir, contar con todos los elementos que le aseguren al auditor el establecimiento de conclusiones fundadas en el informe acerca de las situaciones analizadas en el terreno. Durante esta fase se emiten los resultados parciales de la auditoría.

El **Informe** es el resultado de la investigación y análisis efectuados por los auditores durante la realización de la auditoría, que de forma normalizada expresa por escrito su opinión sobre el área o actividad auditada en relación con los objetivos fijados, señalan las debilidades de control interno, si las ha habido, y formula recomendaciones pertinentes para eliminar las causas de tales deficiencias y establecer las medidas correctoras adecuadas. Durante esta fase se notifica el resultado final de la auditoría.

En la fase de **Seguimiento** el sujeto auditado presenta el plan de medidas así como las medidas tomadas con los responsables en caso de existir hallazgos. Se emiten criterios a partir de las propuestas y se revisa el plan por los auditores.

Durante el desarrollo de estas fases en la entidad analizada existe un constante flujo de información entre los implicados, manifestándose como se muestra en la “Figura 2”:

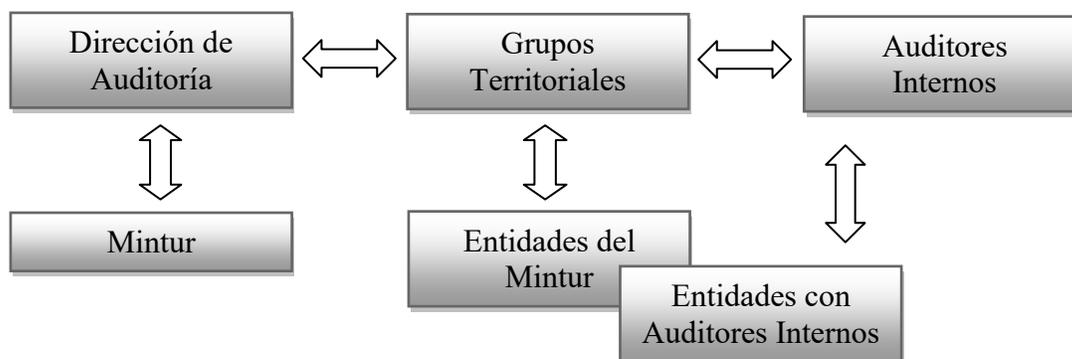


Figura 2. Flujo de Información en la Entidad

La Dirección de Auditoría es la encargada de regir todo el proceso y rendir cuentas a la dirección del Mintur, manteniendo un constante vínculo con los Grupos Territoriales y estos a su vez una constante comunicación con la dirección, tanto en aspectos de planificaciones, como en la toma de decisiones. Cada grupo tiene la responsabilidad a su vez de supervisar a los auditores internos existentes en las instalaciones y estos de rendir cuentas a los grupos. Todo este proceso se

encuentra bajo la aplicación de las Normas Cubanas de Auditoría, las cuales tienen como objetivo establecer conceptos, técnicas y herramientas que debe utilizar el auditor. En la “Figura 3” puede verse como se desarrolla todo el proceso.

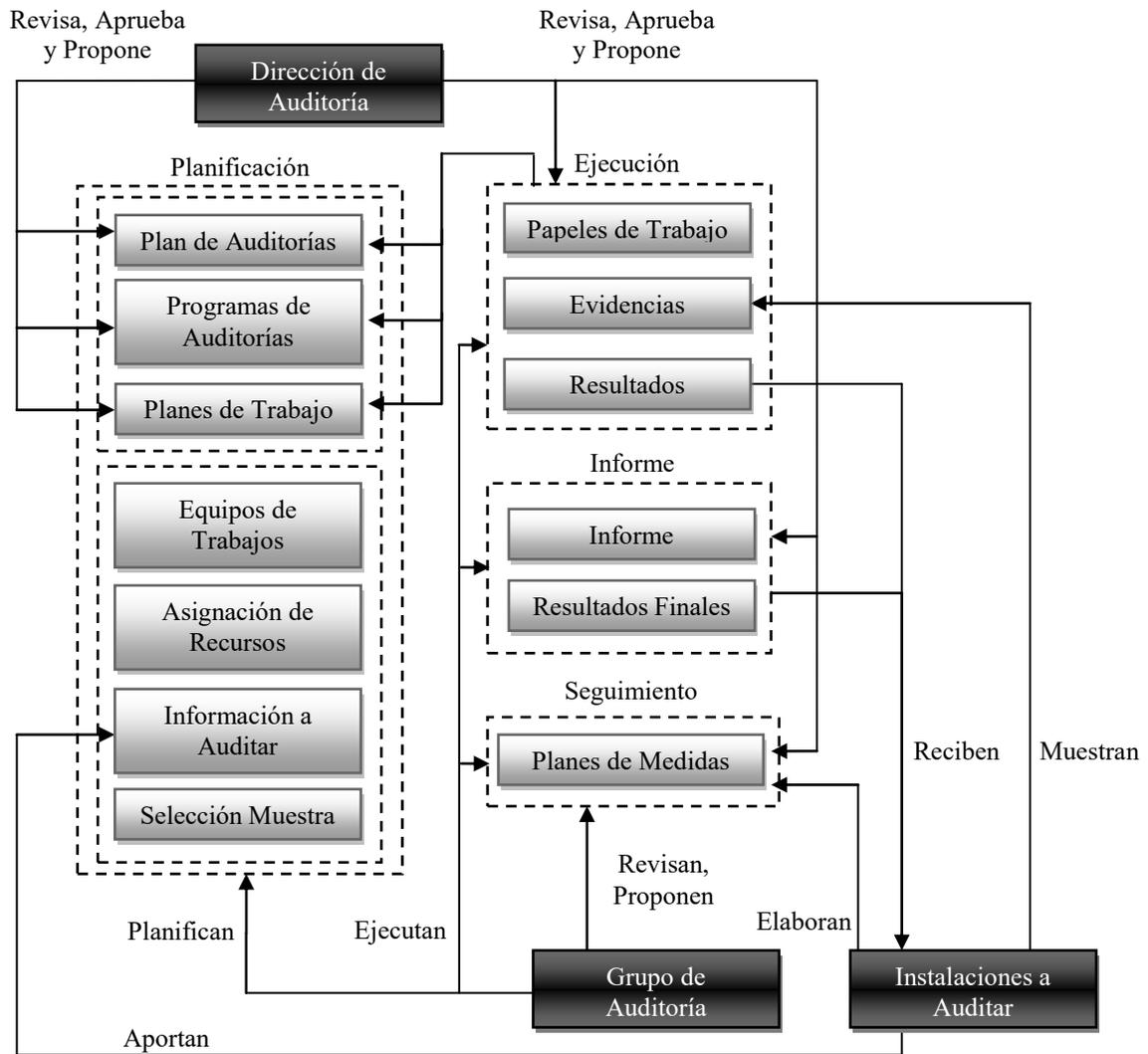


Figura 3. Descripción de la Gestión de Auditoría

En el caso de los auditores internos, el proceso básicamente es similar, aunque solo ejecutan auditorías en las instalaciones donde laboran y están subordinados a la dirección de esta, pero mantienen una constante comunicación con los grupos de auditorías.

Mundialmente existen diferentes aplicaciones para la gestión de auditorías, entre ellas se pueden citar:

DATEV SINFOPAC Audit es una aplicación para el trabajo de auditorías, está desarrollado por profesionales de países europeos su objetivo es satisfacer las exigencias de la armonización legislativa de inspiración comunitaria y de la reforma contable y garantizar la homogeneidad y calidad en el trabajo de los auditores en los diferentes países comunitarios. Proporciona apoyo en el proceso de auditoría con gestión de la documentación, sistema de referencia y archivo para ofrecer a los auditores el intercambio de información. En consulta efectuada con Gaston Thano, Gerente Regional de Ventas del producto (gaston.thano@sinfopac.com), se conoció que el mismo se licencia a través de un pago anual, el usuario accede a actualizaciones, soporte y mantenimiento. La capacitación se paga una única vez. Lo más conveniente es que un representante vaya a las oficinas, pero también ofrecen capacitación online por video conferencia. Con una conexión a internet estable, se podrá implementar de manera remota.

Audita, creado para la informatización de todas las actividades que el Área de Auditoría debe realizar para cumplir con su misión. Este producto se complementa con la aplicación **Audita2** creado para que los sectores auditados interactúen con el Área de Auditoría y el Comité de Auditoría. El producto fue diseñado para cubrir las regulaciones vigentes para las Entidades Financieras Argentinas tanto del Banco Central de la República Argentina como internacionales. En intercambio con Carlos Serra, Gerente de DataSec (serra@datasec-soft.com) se conoció que el software se licencia según los auditores que trabajarán con el mismo. Ofrecen los componentes tales como implantación (adaptación metodológica), cursos, etc. Los mismos se ofrecen, en principio a distancia.

epAudit es un software libre que administra las distintas auditorías. Funciona bajo Access y se complementa con Excel y Word. La aplicación no trabaja en un servidor. Su uso es gratuito y no tiene restricciones para hacer copias y distribuirlas. Están accesibles los programas fuentes, las tablas, consultas y el resto de los objetos de la aplicación.

Zifra, es un sistema de planificación automatizado que trabaja bajo los nuevos criterios de la normativa actual, NIA (Normas Internacionales de Auditoría). Con un detallado control por pregunta y apartado (el control por estatus) el auditor y su equipo sabrán, en cada momento, lo que está pendiente de realizar para completar el trabajo de planificación, ya sean preguntas, secciones o documentos completos. En la “Tabla 1” se muestran los precios (en euros) de adquisición de una unidad del producto.

Para el trabajo con el sistema se utiliza una licencia o un sistema de llave. En el caso de la licencia se debe adquirir una por ordenador en el que se instale. En el caso del sistema de llave se necesita una licencia y una llave por usuario, no por ordenador.

Tabla 1. Precios (€) de adquisición de una unidad de Zifra

Producto	Precio
Software	950.00
Mantenimiento Anual	400.00
Llaves	75.00

Fuente: (Agtl, S.L. 2015).

SE Audit es un software que realiza la administración de todas las etapas del proceso de auditoría, desde la planificación y aprobación, hasta la monitorización. Es un sistema Web, multi

usuario y multi departamental, con herramientas de organización, clasificación y búsqueda. El software proporciona el trabajo en equipo, informa vía correo electrónico a los responsables por actividades pendientes y autoriza el registro de las firmas electrónicas y demás informaciones aplicables a cada etapa del proceso.

GESIA es una herramienta integral para la **realización, organización, gestión y control** de los trabajos de auditoría, permitiendo al auditor un control permanente y global sobre los papeles de trabajo. David Uyarra, Responsable de Formación y Proyectos (duyarra@audinfor.com) comunicó que la suite de software para auditores se comercializa mediante un pago único que dependerá del número de licencias que se contrate. Además, existe un pago anual en concepto de mantenimiento técnico y funcional. La compra de la suite implica el envío del producto que consiste en el software en CD-R más licencias físicas en formato USB (Universal Serial Bus por sus siglas en inglés).

Luego de los intercambios con los proveedores y de un arduo estudio de aplicaciones existentes para el mismo propósito, se llega a la conclusión que muchas poseen excelentes funcionalidades y aportan ideas y experiencias que pueden proporcionar visibles métodos de solución a la problemática de la investigación, pero no son factibles para aplicarlas en la entidad en cuestión ya que a pesar que cumplen con un gran porcentaje de funcionalidades carecen de otras necesarias, además las que más se adaptan a la solución requieren de pagos elevados para su uso lo cual sería un gasto para la entidad.

Método

Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron diferentes métodos empíricos y teóricos.

Métodos teóricos:

- ✓ Análisis y síntesis: permitió estructurar y organizar las características básicas de la aplicación del sistema informático.
- ✓ Histórico lógico: se utilizó para profundizar en la esencia del fenómeno objeto de estudio, así como realizar una valoración acerca de los sistemas existentes lo cual permitió ajustar de una forma coherente la propuesta de solución.
- ✓ Modelación sistémica: sirvió para la elaboración del análisis y diseño de las funcionalidades de la aplicación.

Métodos empíricos:

- ✓ Entrevista: se utilizó para determinar los requerimientos del sistema.
- ✓ Consulta de documentos: se empleó para determinar la información persistente en el sistema.
- ✓ Observación: permitió la comprensión de los procesos a informatizar.
- ✓ Encuesta: proporcionó la evaluación del estado actual del proceso.

Como **metodología** para el desarrollo se utiliza **Scrum** ya que permite ir realizando entregas parciales y regulares del producto final, priorizadas por el beneficio que aportan al receptor del proyecto. Por ello, Scrum está especialmente indicado para proyectos en entornos complejos, donde se necesita obtener resultados pronto, donde los requisitos son cambiantes o poco definidos, donde la innovación, la competitividad, la flexibilidad y la productividad son fundamentales.

La **arquitectura** utilizada en el proyecto, tiene como objetivo estandarizar y agilizar la construcción del sistema. Está basada en componentes, incrementando el grado de reutilización

de la misma, además de ser portable, fácil de mantener, disponible, modificable, escalable y segura. Esta arquitectura agiliza el desarrollo haciendo uso de patrones, permitiendo el desarrollo del trabajo en paralelo. La arquitectura está basada en el patrón arquitectónico MVC (Modelo Vista Controlador) donde cada módulo hace uso del mismo. Se le adiciona además para cada controlador, una clase denominada gestor que contiene la lógica de negocio. Estas clases se encapsulan dentro de una estructura denominada negocio.

“La arquitectura MVC separa la lógica de negocio (el modelo) y la presentación (la vista), lo que permite un mantenimiento más sencillo de las aplicaciones. El controlador es el encargado de aislar al modelo y a la vista de los detalles del protocolo usado para las peticiones (HTTP - Hypertext Transfer Protocol, consola de comandos, email, entre otros). El modelo se encarga de la abstracción de la lógica referida a los datos, lo que permite que la vista y las acciones sean independientes de elementos como el tipo de gestor de bases de datos que la aplicación utiliza.”
(Baht, 2011)

Técnicamente para el desarrollo del sistema se hace uso de **Symfony 2.1.7** el cual es un framework libre para desarrollo de aplicaciones web basadas en php. Está construido para cumplir los principios bases de crear herramientas que permitan desarrollar y construir rápidamente robustas aplicaciones, pues está construido sobre la idea de las mejores tecnologías. Se escoge además este marco de trabajo por su abundante documentación, el potencial de trabajo que presenta para el desarrollo de aplicaciones web de forma rápida, robusta y segura. Posee una arquitectura orientada a componentes llamados Bundles. Cada bundle puede hacer uso de los servicios expuestos por otros bundles a través de un mecanismo llamado inyección de dependencia. Esta flexibilidad permite desarrollar componentes con mayor facilidad.

Según la arquitectura del framework, todas las peticiones de navegación del usuario son controladas mediante un controlador frontal, el cuál es el encargado de enviar la ruta que solicita el usuario hacia un controlador. Dicho controlador se encarga de manejar la lógica asociada a la petición que realiza el usuario y luego envía la respuesta al mismo. En la Figura “4” se muestra el funcionamiento de esta arquitectura.

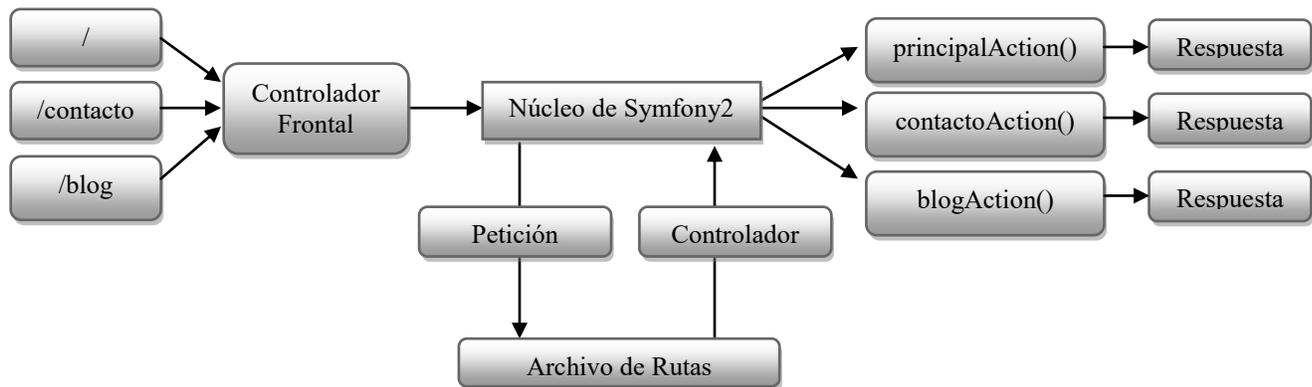


Figura 4. Arquitectura de Symfony (Eguiluz 2012)

Para la gestión de la persistencia de los datos se hace uso del **ORM** (Object Relational Mapping) **Doctrine 2.3.2** ya que ofrece la posibilidad de una persistencia transparente de objetos PHP hacia una base de datos relacional. Se sitúa en la parte superior de una poderosa capa de abstracción de base de datos (DBAL por Data Base Abstraction Layer). Otra de las características de doctrine es la opción de escribir las consultas de base de datos en un lenguaje de consulta estructurado (SQL por Structured Query Language) propio, orientado a objetos llamado lenguaje de consulta doctrine (DQL por Doctrine Query Language). Es un marco de

trabajo ORM para PHP 5.3 y posterior, y entre sus puntos fuertes destaca su lenguaje DQL que está inspirado en el lenguaje de consulta de hibernate (HQL1 por Hibernate Query Language).

Enfocados en una capa de presentación elegante pero a la vez poderosa y sencilla se utiliza el **AngularJS** que es un framework de Java Script para el desarrollo de aplicaciones web dinámicas. A diferencia de otros, Angular extiende el lenguaje HTML introduciendo etiquetas que permiten controlar el comportamiento y agregar dinamismo a una página web. Para completar la capa de presentación y dar al traste con el framework antes mencionado, se usa para el desarrollo y maquetado de las interfaces de usuario **Bootstrap** que es un framework orientado en las tendencias más novedosas de adaptabilidad y comportamiento de la web, basado en la necesidad de adaptarse a todos los dispositivos que existan en el mercado desde un teléfono inteligente hasta una computadora de escritorio.

Para la supervisión de los procesos se selecciona el lenguaje de programación **Python** para la elaboración de una herramienta administradora auxiliar de la aplicación web que basada en esta mantenga un constante monitoreo de los procesos. Se seleccionó ya que es un lenguaje de programación interpretado, lo que ahorra un tiempo considerable en el desarrollo del programa, pues no es necesario compilar ni enlazar. El intérprete se puede utilizar de modo interactivo, lo que facilita experimentar con características del lenguaje, escribir programas desechables o probar funciones durante el desarrollo del programa. Es un lenguaje multiplataforma, pues el mismo código funciona en cualquier arquitectura, la única condición es que disponga del intérprete del lenguaje. No es necesario compilar el código una vez para cada arquitectura. Es muy útil en el desarrollo de aplicaciones que trabajen con hilos del sistema o demonios. “El intérprete de Python (**Python Interpreter**) estándar incluye un modo interactivo, en el cual se escriben las instrucciones en una especie de shell: las expresiones pueden ser introducidas una a

una, pudiendo verse el resultado de su evaluación inmediatamente. Esto resulta útil tanto para las personas que se están familiarizando con el lenguaje como también para los programadores más avanzados: se pueden probar porciones de código en el modo interactivo antes de integrarlo como parte de un programa.” (Ecured, 2015)

Como IDE de desarrollo (Entorno de Desarrollo Integrado, por sus siglas en inglés) para este lenguaje se seleccionó **PyScripter**, ya que es una herramienta libre para el diseño de aplicaciones en el lenguaje Python. Tiene la ventaja de ser bastante ágil con respecto a otros y proporciona una amplia mezcla de características que lo convierten en un entorno de desarrollo productivo. Posee un alto grado de completamiento de código, plantillas de parámetros de código, ventana de relojes, explorador de archivo de fácil configuración, explorador de código, editor de ventanas, etc.

Para la creación del ejecutable de la aplicación se selecciona **Py2exe** el cual es una extensión que convierte los scripts de Python en programas ejecutables incluyendo en su interior las librerías necesarias para la ejecución del distributable, de manera que puedan ejecutarse sin necesidad de instalar el intérprete de Python. Ofrece la ventaja de la distribución al usuario final sólo del ejecutable de la aplicación desarrollada, siendo transparente para el lenguaje en el cual fue desarrollado, librerías y técnicas utilizadas para su desarrollo.

Para el diseño de la interfaz gráfica se prefiere **PyQt GPL** el cual es un complemento de la biblioteca gráfica *Qt* para el lenguaje de programación *Python*. “*Qt* es una biblioteca multiplataforma para desarrollar interfaces gráficas de usuario y también para el desarrollo de programas sin interfaz gráfica como herramientas de la consola y servidores”. (Custom 2014)

Resultados

Para dar solución al problema en cuestión se propone un **sistema web** que incorporará una **herramienta de monitoreo y generación de avisos**, como se muestra en la “Figura 5”. El sistema estará configurado para tener acceso desde todas las instancias y departamentos involucrados en el modelo de negocio.

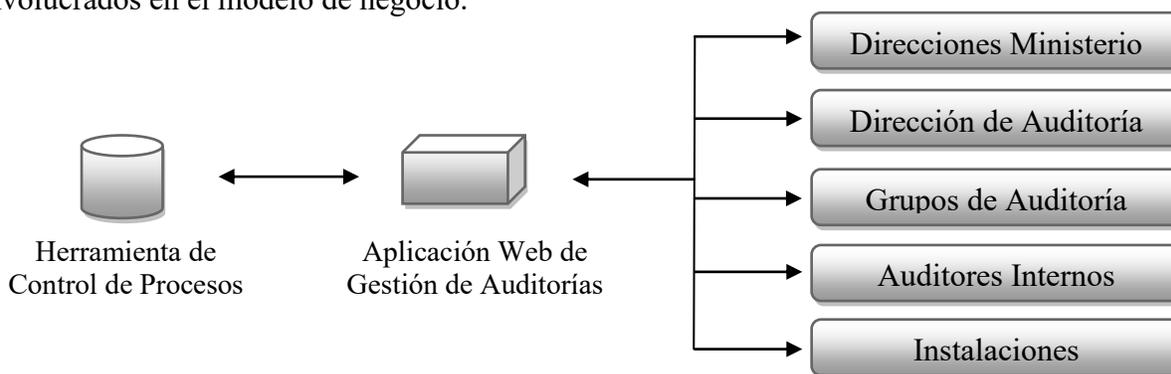


Figura 5. Solución Propuesta

Principales Funcionalidades:

- Gestión de Seguridad: Existirá control de acceso y niveles de autorización por cargos para el acceso a la información y a las funcionalidades.
- Gestión de Recursos: Se controlará todo lo referente a los auditores y recursos materiales, asignación de recursos, tiempo de trabajo por fases, generándose el Control Diario de Tareas de forma automática, el que puede ser consultado en todo momento por el auditor actuante o por sus superiores, además existiendo la posibilidad de agregar nuevas tareas en el sistema. Emitirá reportes para la confección de las nóminas de pagos y la evaluación de los trabajadores.
- Gestión de Entidades y Riesgos: Se gestionará toda la información referente a las entidades auditables, sus riesgos, factores de riesgos, recursos, impacto y evaluación de controles aplicados mediante calificación de control interno.

- Planificación de Auditorías: Permite realizar una planificación por cada grupo de auditoría y según las entidades de su territorio, según datos sobre riesgos, niveles de prioridad, etc. El usuario puede realizar modificaciones, así como sugerir entidades para incluir en el plan. Este plan debe ser aprobado por la dirección de auditorías, de no ser aprobado el sistema no permite iniciar la ejecución de una auditoría. Durante el año el plan puede sufrir modificaciones en el período no transcurrido. Todas las versiones que se generen serán conservadas. El cumplimiento o incumplimiento del Plan puede ser consultado. En caso de existir incumplimientos en el plan el sistema emite avisos según la jerarquía de cargos.

- Programa de Auditoría: Se genera el programa de auditoría en dependencia del tipo de auditoría y de la entidad. Se asignan auditores y se distribuyen los temas. Se elaboran propuestas de planes de trabajos individuales partiendo del programa de auditoría.

- Ejecución de Auditorías: Permitirá iniciar la auditoría que corresponde por plan. Existe la posibilidad de abrir auditorías extra plan. Se activan los papeles de trabajo a desarrollar según los temas del programa de auditoría. Al terminar la auditoría se declara cerrada, pasando a este proceso todos los artefactos generados.

- Gestión de Papeles de Trabajo: Se activarán al comienzo de la auditoría, y el usuario irá trabajando en ellos durante el proceso, al igual que el resto de los documentos generados en la auditoría poseen diferentes estados, abierto, listo para revisión, revisión con correcciones, listo y cerrado. Deben contener la referencia de las evidencias.

- Gestión de Control de Evidencias y Documentos: Se solicitará la documentación necesaria mediante el sistema, y los implicados podrán ofrecerla mediante el sistema en el caso de la documentación digital. Se emitirá el acta de ocupación de documentos para el caso de la

documentación en formato duro. Para cerrar la auditoría la entidad auditada debe aprobar en el sistema que los documentos ocupados fueron devueltos. Se quedará en el sistema evidencia de este proceso como método de control.

- Gestión de Informe: Se activa al encontrarse los papeles de trabajos listos. El sistema propondrá una calificación basada en los resultados por temas.
- Gestión de Revisiones y Control de Cambios: Una vez se termina con la confección de un papel de trabajo, resultado o informe, se declara como “listo para revisión” resultando en el perfil del revisor (definido según los cargos) un aviso de “revisiones pendientes”, al ser revisado puede incluirse comentarios y una vez culminado pasa a estado de “revisado con comentarios” realizando el aviso en sentido opuesto, una vez el auditor realiza los cambios se efectúa nuevamente el proceso hasta quedar el documento en estado “listo”. Todos los cambios en los documentos y comentarios quedan almacenados pudiendo consultarse en etapas posteriores.
- Gestión de Calificación: Según la evaluación de los temas el sistema propone una calificación, la cual puede ser modificada.
- Gestión de Información: Durante el proceso de la auditoría los auditados podrán consultar comentarios, notas, observaciones y solicitudes que recaen en su territorio. El sistema emitirá correos automáticamente con esta información.
- Importación de Datos: Permitirá la importación de la información de sistemas contables de las entidades a auditar desde diferentes formatos con una estructura definida (Plan de Cuentas, Plantilla de Cargos, Balances Contables, Estados de Resultados, Historiales de Cuentas, Inventario de Almacenes y Recursos, Nóminas, Registros de Asistencias), escaneo de

documentos, así como la importación de evidencias tales como imágenes, videos y archivos de audio.

- Gestión de Muestras: Se propondrán muestras para las revisiones seleccionadas de los datos importados.
- Gestión de Firmas Digitales: Permitirá el trabajo con Firmas digitales.
- Análisis de Saldos: Permitirá realizar análisis de gastos e ingresos, mostrando los principales indicadores que influyen en los resultados. Descuadres entre el balance y diferentes reportes (nóminas, activos, ingresos, gastos, salidas y entradas de almacenes, etc.)
- Administración de Legislaciones: Existirá un repositorio con las legislaciones ya sean vigentes como derogadas. Al estar desarrollando un tema, el sistema mostrará un vínculo con las legislaciones relacionadas al mismo. Al existir cambios legislativos se emitirán avisos al usuario.

Beneficios y Aportes:

La implantación del sistema permitirá hacer uso de un sistema portable y amigable, diseñado para ser adecuado fácilmente a otras entidades mediante configuraciones sin necesidad de asistencia técnica.

- ✓ Conversión de tareas humanas en maquinales.
- ✓ Mejor control y seguimiento de los procesos.
- ✓ Funcionalidades para la ayuda a la toma de decisiones.
- ✓ Archivo documental digital con sistema de búsqueda mediante criterios.
- ✓ Durante todos los pasos del proceso de la auditoría se registran los estados de los mismos.

- ✓ Disminución del tiempo de comunicación entre las dependencias de auditoría y los auditores y auditados.
- ✓ Seguridad de la información.
- ✓ Ahorro de recursos.

Conclusiones

A continuación se relacionan las principales conclusiones a las que se arribó:

Se ha dado cumplimiento al objetivo de esta investigación, pues como resultado se obtuvo una propuesta informática con altas expectativas para la gestión de las auditorías en el turismo, la cual podrá ser aplicada en otras instituciones.

La metodología propuesta resultó eficiente y quedará disponible para la utilización en sistemas similares.

La aplicación podrá centralizarse en el sistema de auditoría nacional o en entidades internacionales para mantener una constante comunicación entre ministerios y elevar la calidad con experiencias entre la población de auditores en aras de preservar los recursos de las economías.

El costo de inversión es bajo ya que las tecnologías propuestas son libres, los resultados son profesionales y medibles a corto plazo.

Bibliografía

- Agtl, S.L. (2015) Programa de auditoría Zifra. La aplicación más práctica de auditoría. Recolectado de <http://www.zifra.es>**
- Audinfor. Gesia – Gestión Integral de la Auditoría. Recolectado de <http://gesia.es/productos/software-auditoria-gesia>**
- Bahit, E. (2011) POO y MVC en PHP. Recolectado de <http://www.etnassoft.com/biblioteca/poo-y-mvc-en-php/>.**
- Ecured, (2015). Python. Recolectado de <http://www.ecured.cu/index.php/Python>.**
- Eguiluz, J. (2012). Desarrollo web ágil Symfony2. 2012. Recolectado de <http://www.fiuxy.com/ebooks-gratis/3603981-desarrollo-web-agil-con-symfony2-espanol-pdf.html>**
- Custom (2014) Desarrollo de integraciones: multiplataforma en QT. Recolectado de <https://www.customsolutions.es/es/blog/2012/06/06/desarrollo-multiplataforma-en-qt/>**
- Doctrine Team, (2013) Doctrine 2.3.2. Recolectado de <http://www.doctrine-project.org/2013/01/08/doctrine-2-3-2.html>**
- Guiarte Multimedia S.L. (2014) Manual de AngularJS. Recolectado de <http://www.desarrolloweb.com/manuales/manual-angularjs.html>**
- Ministerio de Justicia. (2012, Noviembre, 27). Normas Cubanas de Auditoría. Gaceta Oficial. Volumen (55)**
- Peña, E. R. epAudit – aplicación para auditorías financieras. Recolectado de <http://epaudit.blogspot.com/p/auditoria-financiera.html>**
- Potencier, F y Weaver, R. Symfony 2.1, el libro oficial. Recolectado de http://librosweb.es/libro/symfony_2_1/**
- Professional Scrum Master. Introducción al Desarrollo Ágil con Scrum. Recolectado de <http://www.desarrolloweb.com/articulos/desarrollo-agil-scrum.html>**
- Proyectalis. Curso “Scrum: metodología ágil de gestión de proyectos”. Recolectado de <http://www.proyectalis.com/servicios/formacion/scrum/>**
- Sinfopac Internacional, S.L. (2015) Perfección en el proceso de la auditoría con una solución actualizada, completa y de alto rendimiento. Recolectado de http://www.datevsinfopac.com/category.php?id_category=31**
- Sit - Sistemas Informáticos. Audita - Software para Administración de Auditorias con orientación a Riesgos. Recolectado de <http://www.sitsoft.com.ar/Audita.asp>**
- Sitio oficial en Argentina de PythonCard. (2011) “About PythonCard”. Recolectado de <http://python.org.ar/pyar/PythonCard>**
- SoftExpert. SE Audit Gestión de Auditorías. Recolectado de <http://www.softexpert.es/planificacion-control-auditorias.php>**



LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SU CONTRIBUCIÓN A LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MIPYMES

*Autores: M.A.T. Jorge Alberto Islas Pineda 1
Institución: Centro de Estudios Empresariales (CEDEEM)
Facultad de Contaduría Pública y de Administración (FACPYA)
Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)
Correo Electrónico: jorge_islas@msn.com*

*Dr. Miguel Ángel Palomo González 2
Institución: Centro de Estudios Empresariales (CEDEEM)
Facultad de Contaduría Pública y de Administración (FACPYA)
Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)
Correo Electrónico: mpalomo2012@yahoo.com*

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 14/Mayo/2015

Las Tecnologías de la Información y Comunicación y su Contribución a la Productividad en las MIPYMES

Resumen

En el presente artículo se describen algunas de las teorías más importantes tales como resource based view, media richness theory, knowledge based entre otras, con la intención de estudiar las TIC y como estas pueden llegar a contribuir a mejorar la productividad de las MIPYMES. También se mencionan algunas de las tecnologías que pueden ser utilizadas por estas empresas como tecnologías de código abierto que no requieren grandes inversiones o de licencia pero de bajo costo. También encontraremos los autores que hablan sobre las teorías y que tecnologías pueden ser estudiadas desde nuestro punto de vista en cada teoría.

1. Palabras clave

Knowledge based, MIPYMES, Media Richness theory, Productividad, Resource based view.

2. Introducción

Para Qureshil, Kamal, & Wolcott, (2009), que cita a Sullivan (1985), Matthews (2007), Qiang et al. (2006) existe evidencia que sugiere que las TIC pueden tener un papel importante en el crecimiento de las MIPYMES. Por lo que los beneficios de las inversiones en las TIC también constituyen una de las principales preocupaciones para las empresas, esto las ha obligado a buscar la manera de medir el impacto de las TIC en las empresas (Moriones, Billon, & Lopez, 2013).

También hay evidencia que el alineamiento estratégico entre las TIC y el negocio de la empresa esa visto como un importante catalizador para la efectividad de la organización y eficiencia que

permita alcanzar una ventaja competitiva sostenible (Iyamu & Mphahlele, 2014). Pero las MIPYMES se caracterizan por carecer del conocimiento de las posibles ventajas de las TIC (Taruté & Gatautis, 2014).

Sin embargo solo algunas empresas logran resultados exitosos en lo que respecta a sus esfuerzos de TI, otras siguen siendo víctimas de la paradoja de la productividad de tecnología según Tippins y Sohi (2003) que citan a Lucas (1999). Esta paradoja sostiene que las empresas no pueden esperar a que sus TIC produzcan ventajas competitivas sostenibles ya que la mayoría de estas están disponibles para todas las organizaciones (Johannessen, Olaisen, & Olsen, 1999).

Por lo que el impacto de las inversiones de TI (IT Investment) se ha vuelto tema importante en las investigaciones empíricas ya que esta relación de estas con productividad es compleja y multifacética (Lee, Chu, & Tseng, 2011). Y aunque existen estudios previos relacionados con las TIC y las empresas, la mayor parte de los estudios empíricos se ha realizado usualmente en empresas grandes por ejemplo Johnson & Johnson, Walmart, Kmart (Taruté & Gatautis, 2014) y (Chung, Byrd, & Lewis, 2005).

En la revisión de bibliografía se identifica la existencia de diversos enfoques que estudian la relación de las TIC con las empresas, que no permite la homogeneidad de las variables, criterios que se utilizan para medir su contribución a la productividad de las TIC a las empresas (Johannessen, Olaisen, & Olsen, 1999).

3. Marco Teórico

3.1 Las TIC

Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) se refieren a todos los activos, conocimientos, habilidades, procesos y relaciones que permita a las empresas adquirir, implementar y usar productos y servicios de tecnologías de la información (TI) con el propósito de mejorar la productividad de la empresa (Bharadwaj, 2000).

Para Ross (1996) citado por Fernandez, Ferreras, Alegre, & Chiva (2014). Define como la capacidad de controlar costos y la mejora de estrategias del negocio aplicando las TI.

Hanna (2011) define las TIC como una herramienta que permite almacenar, manipular y distribuir información y estas generalmente se refieren a dispositivos móviles, comunicaciones inalámbricas, software de código abierto, dispositivos de cómputo, cómputo en la nube, aplicaciones empresariales como *enterprise resource planing* (ERP), *customer relationship management* (CRM).

A continuación se describen algunas teorías importantes que estudian la relación empresa - TIC y como estas mejoran el su productividad.

3.2 Knowledge Based

La definición de *Knowlede Management* (KMP) no es tan simple por que ha sido estudiada desde diferentes perspectivas y disciplinas, pero existe el consenso de tratar el conocimiento como el conjunto procesos que agregan y generan valor (Alavi & Leidner, 2001).

El KMP cuenta con 3 dimensiones:

Adquisición de conocimiento: Se define como el proceso se obtiene conocimiento este puede venir de fuera o puede ser generado internamente (Alavi & Leidner, 2001) y (Perez-Lopez & Alegre, 2012).

Transferencia de conocimiento: Se refiere al proceso por el cual la organización comparte el conocimiento a sus miembros y como promueve el entendimiento de este (Alavi & Leidner, 2001), y (Perez-Lopez & Alegre, 2012) .

Uso de conocimiento: Este es un importante proceso dentro de la administración de las organizaciones. (Alavi & Leidner, 2001). Sugieren que el conocimiento debe ser capturado, codificado, presentado y almacenado con la intención de ser reutilizados cuando sea necesario (Perez-Lopez & Alegre, 2012).

Debido a que el KMP es reconocido como un componente clave contribuye a mejorar la productividad de la empresa este se ha ligado con las TIC con lo que se conoce como IT competency, ya que estas resultan importantes para el almacenamiento y rápido intercambio del conocimiento así como la eliminación de barreras de comunicación (Lee & Choi, 2003).

El IT competency es más amplio y se refiere a la utilización de toda la infraestructura de IT para satisfacer las necesidades de información de la empresa (Mithas, Mithas, & Sambamurthy, 2011) y (Fernandez, Ferreras, Alegre, & Chiva, 2014)

En resumen el enfoque basado en el conocimiento señala la importancia de la empresa como un depósito de conocimiento, un conjunto de rutinas y procedimientos donde la empresa utiliza su conocimiento para responder a los estímulos externos a través de un proceso evolutivo de aprendizaje permanente (Alarape, 2007).

3.3 Media richness theory

Teoría de riqueza de medios, es también conocida como la teoría de riqueza en información desarrollada por *Daft y Lengel* (1984). Sugiere que el procesamiento de información es afectado por el medio de comunicación y el contenido que se debe comunicar.

En esta teoría los autores evalúan y clasifican los medios de comunicación tales como correo, teléfonos, video conferencias y explican por ejemplo que la videoconferencia es un medio con riqueza porque permite reproducir señales visuales, gestos. El teléfono en cambio sería un medio menos rico ya que este genera una comunicación impersonal pues las personas no pueden ver las gesticulaciones ni reacciones.

También Daft y Lengel (1986) en su estudio donde proponen un modelo que muestra a las organizaciones diseñar las necesidades tecnológicas de acuerdo a las relaciones o ambiente. El modelo sugiere que los medios ricos permiten adoptar mecanismos personales e impersonales que ayudan gestionar la incertidumbre y la equivocidad, influyendo así en el procesamiento de información requerido por las organizaciones para alcanzar un rendimiento adecuado.

La teoría la “*Media richness theory*” ha sido adoptada por diversos autores como (Banker, Bardhan, & Asdemir (2006) que tomado como base esta teoría para su estudio validaron su modelo propuesto que describe el impacto de las TIC en el comercio colaborativo de productos. Teniendo las TIC un impacto significativo en la calidad, reducción en los ciclos de tiempo y en el costo de desarrollo de nuevos productos.

3.4 Resource based view

La teoría basada en recursos (RBV) es originada por Penrose (1959). Se considera la base de la ventaja competitiva de una empresa ya que según la autora el crecimiento de las empresas es motivado y la vez limitado por la administración en su búsqueda de un uso óptimo de los valiosos recursos tangibles o intangibles de que dispone la empresa.

Para Rivard, Raymond, & Verreault (2006) que citan a Mata, Fuerst y Barney (1995). La teoría de recursos se basa en dos afirmaciones fundamentales, el de la heterogeneidad de los recursos

es decir recursos y capacidades que posee la empresa y de la inmovilidad de recursos que se refiere a la duración de estos.

Si un mismo recurso es utilizado por varias competidores significa que el recurso no es heterogéneo ya que este recurso no puede contribuir a una ventaja competitiva. La heterogeneidad es la condición que se requiere para obtener una ventaja competitiva sostenida mediante los recursos de la empresa (Rivard, Raymond, & Verreault, 2006).

Para Barney (1991). Los recursos son todos los activos, capacidades, procesos, atributos, conocimiento y know-how que pertenece a una empresa, y que se pueden utilizar para desarrollar y aplicar estrategias competitivas.

La ventaja competitiva sostenida es determinada por los recursos clave de la empresa según Barney (1991) estos recursos deben tener las siguientes características.

- **Valioso.** El recurso debe permitir a una empresa implementar estrategias para mejorar su eficiencia y efectividad.
- **Raro.** El valioso no puede ser utilizado, procesado por diferentes competidores.
- **No imitable.** El valioso recurso no debe ser fácil de imitar.
- **No sustituible.** El valioso recurso no debe ser fácil de reemplazar por sustitutos.

En el estudio de Qureshil, Kamal, & Wolcott (2009) investigan la relación de las TIC con las competitividad y el crecimiento mediante el RBV. Estas dimensiones del performance pertenecen al performance financiero según Taruté y Gatautis (2014). El estudio sugiere que las TI pueden ser empleadas para incrementar la competitividad y si el negocio lo permite crear nuevos empleos además de incrementar las ventas a través de nuevos mercado.

El argumento básico de RBV es que la productividad de la empresa es determinada por sus propios recursos, en este enfoque las TIC son consideradas un valioso recurso organizacional que

puede mejorar las capacidades de la empresa según Li & Ye (1999) y eventualmente conducir a mejorar el la productividad (Liang, You, & Liu, 2010).

3.5 Transaction cost theory

La teoría de costos de trasaccion (TCT), fue desarrollada por *Commons* (1931). Con la idea de las transacciones con base en un pensamiento económico. Pero el término “*Transaction cost*” costo de transacción fue acuñado por *Coase* (1937) donde fue analizado por primera vez refiriéndose a los costos de las transacciones de mercado como describe *Cordella* (2006).

Se han realizado algunos estudios utilizando o comparado esta teoría, por ejemplo *Subramani* (2003) propone un modelo relacionando proveedores y un sistema de administración de proveedores mediante TCT.

Donde se evidencia que las TIC son significativas en las inversiones de procesos de negocio y que esta teoría es complementaria a otras como *resource based view*. También sobre el tema la relación de las TIC con la mejora de la competitividad de la empresa.

También los autores *Li & Ye* (1999) que hacen una comparativa entre teorías, sugieren que en la TCT la empresa es el desplazamiento de la mecánica del mercado, los investigadores señalan esto, como un formato de actividades económicas de la organización, esto implica algo más que el desplazamiento. Las organizaciones desarrollan diversas actividades a través del tiempo y estas ayudan a construir ventajas competitivas que no pueden obtenerse a través del mercado.

Este es una poderosa teoría que describe el potencial de la tecnología de la información para mejorar el flujo de información y reducir los costos de transacción, lo que mejora la eficiencia del sistema económico. Los costos de transacción, de hecho, a menudo aumentan como consecuencia de la adopción de las TIC. Menores costos de transacción pueden lograrse cuando

los costos asociados con la adopción de las TIC no superen el coste de las externalidades que se ven afectados por esta adopción (Cordella, 2006).

3.6 Market Driven Perspective

Es una estrategia de posicionamiento que es influenciada por el poder del mercado, (Porter, 1991) dio a conocer el “competitive strategy framework” donde identifica cinco fuerzas de la industria:

- Poder de negociación con los compradores.
- Poder de negociación con los proveedores.
- Amenaza de nuevos competidores.
- Amenaza de productos sustitutos
- Rivalidad entre competidores.

Según Rivard, Raymond, & Verreault (2006) que citan a Teece et al. (1997) citado en “Estas fuerzas determinan el potencial de ganancias de una industria o de un segmento de esta industria”. En este contexto las empresas tienen que evaluar estas fuerzas y determinar su posición en la industria con el fin de evitar el impacto de estas fuerzas e influir en como tomar ventajas de las mismas.

Porter & Millar (1985) Sugieren como las TIC pueden alterar las reglas de competencia cambiando la estructura de la industria y como estas crean una ventaja competitiva en comparación con sus rivales.

Existen investigaciones relacionadas con las TIC que han adoptado esta perspectiva para examinar los potenciales efectos de las TIC dentro de las organizaciones. Por ejemplo Ives &

Learmonth (1984) en su estudio sugieren que los sistemas de información contribuyen en la competitividad de la empresa en todas las fases de sus relaciones con los clientes.

Los autores concluyen que la aplicación estratégica de las TIC pueden proveer frecuentemente una ventaja competitiva a las empresas y propone un ciclo de vida de clientes que puede ser soportado mediante un sistema de información.

Según Rivard, Raymond, & Verreault (2006) que citan a Levi et al. (1999) sugieren que la cadena de valor contribuye directamente en el performance de las empresas en un estudio realizado en PYMES.

El complementar las 5 fuerzas de la industria con la cadena de valor se puede alterar las reglas de la competencia al modificar la estructura de la industria ya que si se crea una ventaja competitiva las empresas cuentan con maneras de superar a sus rivales e incluso crear oportunidades para iniciar nuevos negocios (Rivard, Raymond, & Verreault, 2006).

Tabla 1. Tabla de teorías

Teoría	Autores	TIC	Constructos
Knowledge Based	Perez-Lopez & Alegre (2012) Fernandez, Ferreras, Alegre, & Chiva (2014) Tippins & Sohi (2003) Mithas, Mithas, & Sambamurthy (2011) Fernandez, Ferreras, Alegre, & Chiva (2014) Perez-Lopez & Alegre (2012) Mithas, Mithas, & Sambamurthy (2011)	Hardware (Servidores, telefonía móvil, Unidades de almacenamiento) Software (aplicaciones, bases de datos Oracle, Microsoft)	IT competency IT Capabilities Innovación Firm performance
Resource Based View	Rivard, Raymond, & Verreault (2006) Qureshil, Kamal, & Wolcott (2009) Liang, You, & Liu (2010) Rivard, Raymond, & Verreault (2006) Li & Ye (1999) Barney (1991) Penrose (1959)	Hardware (Servidores, Telefonía móvil) Software (aplicaciones ERP, CRM)	Firm Performance IT Capabilities IT Investmest IT Strategy
Market Driven Perspective	Rivard, Raymond, & Verreault (2006) Porter y Millar (1985) Ives & Learmonth (1984)	CRM ERP	Firm performance IT Capabilities Venyaja Competitiva
Transaction Theory	Subramani (2003) Cordella (2006)	CRM ERP	Beneficios Operacionales Competitive Performance
Media Richness Theory	Daft y Lengel (1984) Banker, Bardhan, & Asdemir (2006)	Tecnologías Móviles, smartPhones	Performance Operacional

La tabla muestra las teorías y las variantes de productividad que las investigaciones empíricas han utilizado así como las tecnologías que pueden ser estudiadas por estas.

4. Conclusiones

Existen autores como Qureshil, Kamal, & Wolcott (2009) que sugieren que la adopción de TIC es uno de los retos más importantes para las MIPYMES pero que el tamaño no es una barrera para adoptar tecnologías, sino el procesos de aprendizaje que siguen estas empresas.

Existe literatura que describe los desafíos que enfrentan las MIPYMES y la adopción de las TIC, se ha hecho poco para proporcionar modelos de negocio que permitan a las MIPYMES mejorar la productividad mediante el uso (Tarutė & Gatautis, 2014).

A pesar de la existencia de diversas teorías como las descritas que ayudan a entender la relación de las TIC y como estas contribuyen a mejorar la productividad de las empresas, la literatura existente que en su mayoría dirigida a grandes empresas (Tarutė & Gatautis, 2014). Y no arrojan resultados concluyentes (Li & Ye, 1999) y (Liang, You, & Liu, 2010).

Es claro que las MIPYMES no pueden utilizar los mismos esquemas de adopción de tecnologías pues estas empresas son menores a 10 empleados y las grandes empresas cuentan con especialistas que les ayudan a evaluar por ejemplo un sistema ERP, además de contar con un presupuesto más amplio, condiciones de crédito a las que tienen acceso, la capacitación de sus empleados en las TIC adoptadas.

Pero hoy día existen gran cantidad de TIC tales como sistemas ERP que cualquier empresa puede acceder alguno ya que además de los sistemas comerciales de bajo costo como Dynamics NAV Navision, SAP Business One u Oracle E-Business Suite, existen también sistemas open source tales como Odoo, Open Bravo, Compire, OpenXpertya y ERP5. También podemos encontrar aplicaciones como Open Office que es una suite de aplicaciones de oficina que incluye hoja de cálculo y procesador de textos, lenguajes de programación y sistemas operativos como las distribuciones Linux que en su mayoría son de libre uso.

Es decir la existencia de software de licencia pública general (GNU) permitiría a las empresas ahorros en la inversión de licencias de software. En combinación con el internet y los servicios que son proveídos en la nube como los servicios web de Amazon o Microsoft Azure que nos permite gestionar bases de datos, aplicaciones de oficina o servidores que pueden ser accesibles desde cualquier parte del mundo.

El internet permite a las MIPYMES reducir costos ya que no es necesario contar con oficina fija o con equipo de cómputo debido a que el cómputo en la nube permite el uso de computadoras virtuales que pueden ser administradas desde cualquier lugar que tenga acceso a internet como aeropuertos restaurantes y estos mismos pueden funcionar como oficina.

También uso de los smartphones permite el intercambio de información desde cualquier lugar por lo que las MIPYMES podrían obtener ventajas competitivas que permitan a estas mejorar su productividad mediante las TIC.

El estudio de estas teorías es importante ya que con el uso de estas teorías descritas para abordar el estudio de la conveniencia de las tecnologías descritas y que le permitirían a las MIPYNES ser más productivas, por ejemplo Transaction Cost theory nos permite valorar el outsourcing en las empresas aunque también es asociada a la automatización de la cadena de suministros mediante el uso de TIC. También tenemos la teoría Media Richness Theory nos permite evaluar un software en particular como los ERPs o CRMs de licencia o GNU y RBV que nos permite estudiar las TIC como si fuesen recursos que pudiéramos medir.

Las teorías pueden ser utilizadas para el proceso de adopción cuando las empresas ya tienen una tecnología que puede ser evaluada y ver si esta tiene impacto en la productividad.

Desde mi punto de vista las teorías deberían ser complementarias para futuras investigaciones y no aplicarse individualmente.

5. Bibliografía

Alarape, A. A. (2007). Entrepreneurship programs, operational efficiency and growth of small businesses. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in Economy*, 1(3), 222-239. doi:10.1108/17506200710779530

Alavi, M., & Leidner, D. (2001). Review: Knowledge Management And Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations And Research Issues. *Management Information Systems Research Center*, 25(1), 017-136. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/3250961>

Banker, R. D., Bardhan, I., & Asdemir, O. (2006, Diciembre). Understanding, The Impact of Collaboration software on Production Design and Development. (Informs, Ed.) *Information Systems Research*, 17(4), 352-373.

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

Bharadwaj, A. S. (2000, Marzo). A Resource-Based Perspective on Information Technology Capability and Firm Performance: An Empirical Investigation. (M. Quarterly, Ed.) *Management Information Systems Research*, 169-196. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/3250983>

Chung, S. H., Byrd, T. A., & Lewis, B. R. (2005). An Empirical Study of the Relationships Between IT Infrastructure Flexibility, Mass Customization and Business Process. (SIGMIS, Ed.) *ACM SIGMIS Database*, 36(2), 26-44. doi:10.1145/1080390.1080394

Cordella, A. (2006). Transaction costs and information systems: does IT add up? *Journal of Information Technology*, 195-202. doi:10.1057/palgrave.jit.2000066

Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1984). Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design. *Organizations As Information Processing Systems*, 73.

Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986, Mayo). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Management Science*, 32(5), 554-571.

Fernandez, M. A., Ferreras, J. M., Alegre, J., & Chiva, R. (2014). IT competency and the commercial success of innovation. *Industrial Management & Data Systems*, 114(4), 550-567.

Hanna, K. N. (2011). Implications of ICT Revolution, Challenges and Oportunities for Developing World. *Transformation Goverment and Building the Information Society*, 320.

Ives, B., & Learmonth, G. P. (1984, Diciembre). The Information System as a Competitive Weapon. *Communications of the ACM*, 27(12), 1193-1201. doi:10.1145/2135.2137

Iyamu, T., & Mphahlele, L. (2014). The impact of organisational structure on enterprise architecture deployment. *Journal of Systems and Information Technology*, 16(1), 2-19. Retrieved Agosto 25, 2014, from <http://dx.doi.org/10.1108/JSIT-04-2013-0010>

Johannessen, o.-A., Olaisen, J., & Olsen, B. (1999). Strategic use of information technology for increased innovation and performance. *Information Management & Computer Security*, 7(1), 5-22. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09685229910255133>

Lee, H., & Choi, B. (2003). Knowledge Management Enables, Processes and Organizational Performance. *Journal of Management Information systems*, 20(1), 179-228.

Lee, Y.-C., Chu, P.-Y., & Tseng, H.-L. (2011). Corporate performance of ICT-enabled business process re-engineering. *Industrial Management & Data Systems*, 111(5), 735-754. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/02635571111137287>

Li, M., & Ye, R. L. (1999, Diciembre). Information technology and firm performance: Linking with environmental, strategic and managerial contexts. *Information & Management*, 35(1), 43-51. doi:10.1016/S0378-7206(98)00075-5

Liang, T.-P., You, J.-J., & Liu, C.-C. (2010). A resource-based perspective on information technology and firm performance: a meta analysis. (E. Insight, Ed.) *Industrial Management & Data Systems*, 110(8), 1138-1158.

Mithas, S., Mithas, M., & Sambamurthy, V. (2011). How Information Management Capability Influences Firm Performance. 35(1), 237-256.

Moriones, A. B., Billon, M., & Lopez, F. L. (2013). Percieved performance effects of ICT in manufacturing SMEs. *Industrial Management & Data Systems*, 113(1), 117-135.

Penrose, E. T. (1959). *Firm, The Theory of hte Growth of the*. New York: Wiley.

Perez-Lopez, S., & Alegre, J. (2012). Industrial Management & Data Systems. *Information techonology competency, knowledge process and firm performance*, 112(4), 644-662. doi:10-1101/02635571211225521

Porter, M. E. (1991). Towards A Dynam ic Theory of Strategic. *Strategic Management Journal*, 12, 95-117. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.4250121008/pdf>

Porter, M. E., & Millar, V. E. (1985). How Information Gives You Competitive Advantage. *Harvard Business Review*, 63(4), 146-160. Retrieved from <https://hbr.org/1985/07/how-information-gives-you-competitive-advantage>

Qureshil, S., Kamal, M., & Wolcott, P. (2009, June). Information technology interventions for growth and competitiveness in micro-enterprises. (A. Gunasekaran, Ed.) *International Journal of Enterprise Information Systems*, 5(2), 72.

Rivard, S., Raymond, L., & Verreault, D. (2006). Resource-based view and competitive strategy: An integrated model of the contribution of information technology to firm performance. (S. Direct, Ed.) *Journal of Strategic Information Systems*, 15, 29-50. Obtenido de www.elsevier.com/locate/jsis

Subramani, M. R. (2003, Septiembre). How Do Suppliers Benefit from it Use in Supply Chain Relationship . *Management Information Systems Research Center*, 28(1), 45-73.

Tarutè, A., & Gatautis, R. (2014, January 24). ICT impact on SMEs performance. (ScienceDirect, Ed.) *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 110, 110, 1218-1225. Retrieved 09 23, 2014, from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813056085>

Tippins, M. J., & Sohi, R. S. (2003). IT Competency and Firm Performance Is Organizational Learning a Missing Link? *Strategic Management Journal*, 24(8), 745-761.



PROPUESTA METODOLOGICA PARA LA ELABORACIÓN DE UN MARCO DE REFERENCIA SOBRE DE REDES DE VINCULACIÓN EN LOS PCT

Autor: Mtro. Roberto Ruiz Pérez.

Institución: Universidad autónoma de Nuevo León.

Dirección: Tamaulipas #43, entre Guerrero y Zaragoza. Esperanza, Sonora.

Correo: ruizperezroberto@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicano.

Autor: Mtro. Ricardo Aguirre Choix.

Institución: Universidad autónoma de Nuevo León.

Dirección: Santa Cecilia #2417. Fracc. El campanario. Cd. Obregón, Sonora.

Correo: choixricardo@gmail.com

Nacionalidad: Mexicano.

Autor: Dr. Arturo Tavizón Salazar.

Institución: Universidad autónoma de Nuevo León.

Dirección: Pedro de Alba s/n, Ciudad Universitaria San Nicolás de los Garza, Nuevo León México.

Correo: artavizons@gmail.com

Nacionalidad: Mexicano.

Autor: Dra. Imelda Lorena Vázquez Jiménez.

Institución: Instituto Tecnológico de Sonora.

Dirección: 5 Febrero 818 Sur, Cd. Obregón, Sonora.

Correo: ivazquez@itson.edu.mx

Nacionalidad: Mexicano.

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 13/Mayo/2015

Resumen

Las empresas presentan mayores retos en cuanto a la forma en la que interactúan con su entorno, como consecuencia han tenido que agruparse, tal es el caso de los Parques Científicos y Tecnológicos (PCT), sin embargo, el sólo hecho de agruparse no les garantiza el éxito; de tal forma que la efectividad en las redes de vinculación juegan un papel importante el aseguramiento de su permanencia en el mercado. La propuesta de investigación es de carácter documental y bibliográfica, además busca a través de la revisión de literatura proponer un marco de referencia que ayude en la elaboración de un modelo de redes de vinculación efectivas en los PCT para la generación de proyectos de I+D e innovación tecnológica. En los hallazgos encontrados se destaca que las redes de vinculación generan beneficios, sin embargo la cuantificación de los mismos varían según el contexto en el que se desarrollan.

Palabras clave: Redes de Vinculación, Parques Científicos y Tecnológicos, Innovación Tecnológica e Investigación y Desarrollo.

Introducción

Las transformaciones de las economías ha generado ecosistemas de desarrollo cada vez más complejos, los anteriores modelos económicos han tenido la necesidad de incorporar variables que antes no tenían previstas, de tal forma que las funciones de producción ya no solo se basan en tierra, trabajo y capital, ahora, debido a la optimización de los recursos es necesario incorporar variables como innovaciones de conocimiento y tecnología para optimizar los recursos primarios (Romer, 1988). Bajo ese contexto nace la presente investigación, la cual a través de un análisis de revisión literaria elabora un marco de referencia para la generación de un modelo que le permita al usuarios de Parques Científicos y Tecnológicos desarrollar estrategias efectivas en cuanto a redes vinculación para la generación de proyectos en conjunto de I+D e innovación tecnológica.

Para abordar el tema, se examinará literatura relacionada con las redes de vinculación, la I+D, la innovación tecnológica y los parques científicos y tecnológicos. Esta literatura servirá para formalizar el marco teórico en el que se desarrolla el fenómeno a estudiar; de igual forma, la investigación será documental ya que buscare diferentes líneas de investigación.

En cuanto al método utilizado se deriva de una orientación teórica y muestra los resultados obtenidos en base a la revisión de la literatura existente. El enfoque metodológico es el cualitativo ya que únicamente caracteriza el fenómeno estudiado bajo un contexto de la literatura existente sobre el tema.

Marco Teórico

En los siguientes apartados se muestra información que sirve de insumo para la comprensión del fenómeno a estudiar. Se enlazan las teorías y conceptos que formalizarán las relaciones planteadas como lo son: La I+D, innovación tecnológica, los parques científicos y tecnológicos y las redes de vinculación.

Innovación

La historia se ha ido modificando conforme las economías evolucionan. Las anteriores formas de comercio han sido desplazadas, de tal forma que las organizaciones han tenido que incorporar elementos que les permitan permanecer en competencia con el mercado. Porter (1990) menciona que la capacidad que posee un país para innovar determinará su grado de competitividad, así mismo una organización puede obtener ventajas competitivas a través de las innovaciones que realizan.

De igual forma Schumpeter (1978) menciona que la innovación es una causa del desarrollo económico y se manifiesta a través de: un nuevo producto o servicio comercializado en el mercado, la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, la elaboración de nuevos métodos de producción y transporte, la apertura de nuevos mercados, el ofrecimiento de nuevas fuentes de materias primas y las modificaciones de las organizaciones respecto a sus procesos de gestión.

Según el Manual de Oslo (2005) la tecnología y el conocimiento han incrementado su complejidad, de tal forma que han producido cambios en cómo se relacionan las organizaciones para hacer frente a este fenómeno. Las innovaciones han provocado avances significativos, sobretodo en países desarrollados donde se ha intensificado el uso del conocimiento. El fin último

de las empresas respecto al por qué innovan es para mejorar sus resultados, ya sea a través del aumento de la demanda o reducción costos de sus bienes y servicios.

El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) en su convocatoria para el programa de estímulos a la innovación 2014, citando al Manual de Oslo, menciona que la innovación es la puesta en práctica de un producto nuevo o significativamente mejorado, tanto de un producto como un servicio, o bien puede ser un proceso, un nuevo método de comercialización o un nuevo método de organización en prácticas empresariales, la organización del lugar de trabajo o relaciones exteriores.

De acuerdo con la OCDE en su plataforma de Innovation Policy Plataform (2015) la innovación juega un papel clave en la economía y la sociedad contribuyendo en el crecimiento y generación de empleos, así como en el establecimiento de una agenda sobre los retos sociales y ambientales. La innovación es importante para todas las etapas de desarrollo, sobretodo en la creación y difusión nuevas tecnologías.

Cabe señalar que actualmente hay organismos mexicanos como el Programa para el Desarrollo de la Industria del Software (PROSOFT, 2014) de la Secretaría de Economía, que buscan fortalecer el sector Tecnologías de la Información (TI) para estar en posibilidades de atender las necesidades de las empresas y que propicie la innovación, lo cual se traducirá en una fuente de competitividad para el país. Este programa otorga apoyos para fomentar capacitación, certificación; habilitación y equipamiento tecnológico; normas y modelos; adopción y producción de TI; innovación; comercialización; estudios para desarrollar capacidades de negocio, entre otros. Es importante conocer este tipo de programas, ya que las empresas sujeto de estudio se pueden ver beneficiadas por estos recursos.

I+D e Innovación Tecnológica

En cuanto a la inversión en investigación y desarrollo (I+D), se dice que va de la mano con las innovaciones, sin embargo no siempre sucede así. La I+D se puede definir como todas las acciones sistematizadas y metódicas para la generación o ampliación de nuevos conocimientos que se aplican distintos proyectos (Manual de Frascati, 2003). En las organizaciones ha cobrado importancia, ya que de este rubro se pueden generar nuevas metodologías, que al igual que las innovaciones tecnológicas, generan oportunidades para disminuir costos, incrementar demanda de productos o servicios o bien cualquier otro beneficio que compañía pudiera obtener.

De igual forma, es conveniente conceptualizar la innovación tecnológica, la cual Sánchez, E. y Ordás, C. (1996) la definen como la comercialización por primera vez de una tecnología en el mercado, la cual puede ser tanto de producto como de proceso y de servicios. Así mismo se ha hecho cada vez más común la realización de estos fenómenos generando mayor competitividad empresarial. Este concepto coincide también con el de CONACYT, ya que menciona un desarrollo tecnológico se considera innovación hasta el momento en que llegue al mercado.

Es por ello que la presente investigación busca oportunidades para las empresas de los PCT para desarrollar proyectos en conjunto de investigación y desarrollo e innovación tecnológica, para con ello obtener ventajas que les permitan a los locatarios disminuir su incertidumbre en el contexto económico actual.

Parques Científicos y Tecnológicos (PCT)

Como se mencionó anteriormente, una de las audiencias que atiende el presente artículo son los parques científicos y tecnológicos, de tal forma que es conveniente analizar los siguientes conceptos. De acuerdo con la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España

(APTE, 2014), la cual lo define como un área donde se crean relaciones formales y operativas con universidades, centros de investigación y otras instituciones de educación superior. Dentro de sus funciones se encuentran la formar y hacer crecer a empresas basadas en el conocimiento y otras estructuras empresariales de alto valor añadido que pertenecen al sector terciario, habitualmente son residentes del propio parque; así mismo posee un organismo de gestión que fomente la transferencia de tecnología y fomenta la innovación entre las empresas y organizaciones usuarias del parque.

Según Ratinho, T., & Henriques, E. (2010), los Parques Científicos se han establecido para fomentar el desarrollo económico regional, así como en la creación de empleos y bienestar. También tienen la característica de tener redes de vinculación con universidades que ayuda en la producción científica y buscan una gestión idónea, que contemple la visión, la estrategia, la disponibilidad de servicios de valor añadido e ideas innovadoras que van más allá de las necesidades y expectativas de las empresas localizadas dentro del Parque.

Así mismo, Rubio, J. C. O. (2001) ha realizado estudios sobre el concepto de los Parques Científicos y Tecnológicos, y lo define como un instrumento que concentra, desarrolla y difunde tecnología a partir de conocimientos, los cuales potencian los procesos de innovación entre instituciones científicas y atienden las necesidades del sector productivo. En estos espacios se elaboran nuevas estructuras científicas y socioeconómicas basadas en el conocimiento, ideas y cooperación entre gobierno, academia y el sector productivo. El antecedente de los parques científicos y tecnológicos se encuentra estrechamente relacionado con la experiencia de Silicon Valley, luego en la colaboración de empresas, organizaciones militares, instituciones de educación superior y departamentos del gobierno de Estados Unidos de Norteamérica.

Recapitulando lo anterior emerge el Parque Tecnológico Sonora Sonora Soft, el cuál según Álvarez (2012) “surgió como una iniciativa tripartita entre el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), Gobierno Federal, Estatal y empresas del sector TI de Sonora, representadas por la Asociación TI Sonora, con el objeto de contribuir a la reconversión económica regional, a través de agregar valor a los productos y servicios y de esta manera contribuir a la mejorar la calidad de vida de los ciudadanos”. Como se puede observar, los conceptos planteados tienen como finalidad en los parques tecnológicos encontrar mecanismos que mejoren las condiciones económicas de una región específica.

El PTSW surge en 2007 como una iniciativa estratégica del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), en conjunto con el gobierno y empresas privadas. De sus inicios de inauguración a la fecha ha presentado problemas en cuanto a la retención de las empresas instaladas, debido a diversos motivos, alguno son la insuficiente capacidad física, la poca gestión en cuanto al acceso a incentivos gubernamentales o el acceso a las instalaciones del mismo. Actualmente cuenta con cinco empresas instaladas dentro del mismo y genera alrededor de 500 empleos, según documento de trabajo proporcionado por los directivos del PTSW, denominado “Estrategia para reducir la brecha de Mejores Prácticas Internacionales en Parques del Sector de Tecnologías de la Información” 2014, el cual se basa en el International Good Practice For Establishment Of Sustainable It Parks (Banco Mundial, 2008).

Redes de Vinculación

Es importante mencionar que los Parques Científicos y Tecnológicos, por lo general están relacionados o vinculados con alguna institución de educación superior, gobierno en sus tres niveles (Municipal, Estatal y Federal) y empresas privadas, es por ello que deben de contar con

estrategias efectivas en cuanto a redes de vinculación, tanto con el sector público como privado, así como los miembros del mismo Parque. Prueba de la importancia de esas redes, son la creación de organismos como la Red Nacional de Vinculación (2014) de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) la cual destaca que la vinculación es un proceso que involucra un desafío, sin embargo, también genera una plataforma, donde interactúan miembros del sector privado, las instituciones gubernamentales y las universidades, que contribuyen al desarrollo constante de acciones que benefician al país.

Otro organismo que se dedica a la construcción de redes de vinculación es el Portal de Vinculación (2014) de la Secretaría de Educación Pública (SEP) el cual define la vinculación como: “la estrategia institucional que consiste en el conjunto de procesos y prácticas planeadas, sistematizadas y continuamente evaluadas, donde los elementos académicos y administrativos de una institución de educación superior, se relacionan internamente unos con otros, y externamente con personas, empresas y organizaciones de la sociedad civil”.

El Portal de Vinculación (2014) persigue algunos objetivos como lo son: a) la pertinencia de los programas educativos, b) fomentar el emprendurismo e incubadoras de negocios, c) generar redes de universidad con sector privado, d) promover el desarrollo de servicios profesionales, e) fomentar la inserción de docentes y estudiantes en los sectores privados y social, f) fomentar la investigación y desarrollo de la base tecnológica, g) aprovechar el recurso humano egresado de las instituciones de educación superior, h) fomentar la competitividad para crear condiciones favorables para el crecimiento económico sostenido de las empresas productivas privadas y sociales, i) impulsar el desarrollo social y humano de los grupos más vulnerables.

En investigaciones realizadas por Hurtado, C. D., *Et Al* (2013) analiza indicadores de investigación y desarrollo que evidencian la participación de la Universidad del Cauca en la

generación de externalidades de redes. Ellos afirman que la investigación y el desarrollo generan externalidades positivas y pueden impactar en las regiones. Lo cual brinda sustento al presente documento, ya que con la vinculación se desea obtener proyectos en conjunto de investigación y desarrollo en el parque tecnológico.

Kihlgren, A. (2003) menciona que tras el cambio a la economía de mercado, la política del Gobierno pondrá a la los proyectos de Investigación y Desarrollo en una base comercial, para de esa forma atraer inversionistas privados, esto se desarrolla en los parques científicos y tecnológicos de San Petersburgo, Rusia. La pertinencia respecto a la investigación abordada en el presente escrito, radica en que ha sido difícil medir estadísticamente cual ha sido la contribución específica de los parques científicos. La comercialización de la investigación no ha cumplido con las expectativas debido a las contingencias de la economía rusa y que la demanda de productos altamente tecnológicos se ha visto disminuida.

Derivado de los párrafos anteriores, se puede inferir que las redes de vinculación generan oportunidades para las empresas como lo son las estrategias de competitividad, elaboración de nuevos productos, mejoramiento de servicios tecnológicos, alianzas estratégicas para la generación de investigación y desarrollo tecnológico; es por ello que la presente investigación desea examinar esta variable para determinar en qué medida contribuye a que las empresas del PTSW generen proyectos en conjunto de innovación tecnológica e Investigación y Desarrollo.

Método

La investigación realizada es documental, ya que el objetivo fue caracterizar las variables de I+D, Innovación Tecnológica, los Parques Científicos y Tecnológicos y las redes de vinculación, con el fin de obtener información conceptual que servirá de marco de referencia

para otras investigaciones relacionadas con las redes de vinculación efectivas para la atracción de proyectos en conjunto de I+D e Innovación Tecnológica en los PTSW.

Para dar soporte a la problemática planteada se realizó una exhaustiva revisión de la literatura. Se utilizó como estrategia de búsqueda el uso de bases de datos científicas; Así como la consulta de diferentes organismos que brindan al fenómeno analizado.

Con la información obtenida se realizó una división de artículos en función de las temáticas y variables objeto de estudio. Posterior a ello se hizo una sistematización de cada artículo, en función de las variables objeto de estudio de donde se extrajo una serie de información como son los conceptos principales, objetivos, preguntas de investigación, planteamiento, entre otros.

En cuanto al método utilizado, es conveniente precisar que el presente artículo tiene una orientación teórica, ya que muestra los resultados encontrados en revisión de la literatura. El enfoque metodológico que se aplicó es el cualitativo puesto que únicamente se caracterizó el fenómeno estudiado bajo un contexto de la literatura existente sobre el tema.

Resultados

Como se mencionó anteriormente el estudio se realiza bajo un enfoque teórico, de tal forma que los principales resultados obtenidos hasta el momento, son derivados de la revisión de la literatura y se enlistan a continuación separados según las líneas de investigación.

Las principales aportaciones encontradas en el rubro de redes de vinculación son:

- En Suecia por Löfsten, H., & Lindelöf, P. (2002) encontraron que las empresas ubicadas dentro de los Parques Científicos son significativamente más propensas a tener un vínculo con una

universidad local que las empresas fuera de los parques, lo cual les representa un ventaja, ya que pueden obtener beneficios de esas redes.

- González, R. (2012) menciona que la generación de redes de valor, y el eje de ecosistema de innovación de software y logística permitirá a Cajeme transitar de un modelo económico industrial a uno de la economía del conocimiento. Ahí es donde los parques tecnológicos tienen un área de oportunidad.
- Bakouros, Y. L., *Et al* (2002) menciona que los parques científicos y tecnológicos en países menos desarrollados, como Grecia, solo el 33% de los parques estudiados han llevado a cabo redes formales de redes de vinculación y consideran que este fenómeno se debe principalmente a tres factores: tamaño pequeño de los parques, pocos años de experiencia y la política de arrendamiento.
- Chan, K. F., & Lau, T. (2005) encontraron que las redes de vinculación no han logrado beneficios para las empresas, por lo tanto no se confirma que el pertenecer al parque científico y tecnológico les genere un mayor crecimiento económico.

En los estudios revisados sobre los Parques Científicos y Tecnológicos se encontraron los siguientes aportes:

- En Gran Bretaña, Vedovello, C. (1997) encontró que los vínculos entre la industria y la universidad, se fortalecen en los parques científicos.
- Löfsten, H., & Lindelöf, P. (2003), realizaron estudios en parques científicos y tecnológicos de Suecia, ellos encontraron que hay deficiencias en cuanto a las características y el rendimiento de las empresas ubicadas dentro y fuera de Parques Científicos. Muestran que los clientes con los que realizan operaciones, determinan en qué forma se encuentran vinculadas las empresas a nivel local, nacional o internacional mercados.

- Según Ratinho, T., & Henriques, E. (2010) encontraron evidencia de que parques científicos y tecnológicos e incubadoras de negocios de Portugal, requieren de una buena planificación, así mismo deben de contar con redes de vinculación con las universidades y si ya se tienen, hay que adecuar su gestión.

Finalmente en el apartado sobre la atracción de proyectos en conjunto de I+D e Innovación Tecnológica se encontraron los siguientes aporte

- En Argentina, Barletta, F., Et Al (2013) estudiaron una serie de modelos, los cuales resaltan que la innovación depende de la gestión de calidad, de la existencia de equipos de investigación y desarrollo (i+D) y de posiciones intermedias en la red de vinculaciones. De igual forma la heterogeneidad en los modelos de negocios sugiere que no es posible establecer una relación única entre innovación y desempeño para el conjunto de firmas.
- De igual forma, Löfsten, H., & Lindelöf, P. (2005) encontraron que las redes de I + D y los patrones de innovación de producto realizadas por los NTBFs (spin offs universitarios, las spin-offs y escisiones de empresas, CSO) ubicadas en parques científicos son mayores que las localizadas fuera. También existen oportunidades para los administradores del parque para desarrollar redes de "valor añadido" con organizaciones similares y trabajar proyectos en conjunto.
- De acuerdo con Etzkowitz, H. (2008) la vinculación en los tres niveles permea una relación positiva en el desarrollo de las organizaciones. Generando proyectos en conjunto con todos los participantes o bien con particulares. Menciona que se pueden obtener más y mejores beneficios trabajando en conjunto que de forma aislada.

- Hansson, F., Husted, K., & Vestergaard, J. (2005) han concluido que los parques científicos, analizados en Dinamarca y el Reino Unido, han mostrado deficiencias en la atracción y desarrollo de empresas de alta tecnología, lo cual reafirma la premisa de que no han cumplido con su papel esperado como catalizadores del crecimiento económico regional. Sustentan que proyectos en conjunto de tecnología ya preconcebidos (embriones) se desarrollan mejor dentro de los parques y que se facilita el espíritu empresarial en las redes.
- Álvarez, M. (2012) menciona que la vinculación en diversos niveles, en este caso gobierno-empresa-universidad, contribuye en el fortalecimiento de las empresas dedicadas en el área de TI, lo cual se puede inferir que también será determinante para la atracción de proyectos en conjunto de I+D e Innovación tecnológica.

Para efectos de la investigación planteada, los resultados que se pudieran obtener de las redes de vinculación es que existen relaciones positivas, es decir, con la literatura analizada hasta el momento, las redes de vinculación efectivas generan efectos positivos para los locatarios de los PTC en cuanto a la generación proyectos conjunto de innovación tecnológica e I+D; sin embargo, es conveniente mencionar que el contexto geográfico también funge como un factor determinante de éxito. Hay investigaciones que sustentan que un fenómeno al momento de replicarse en otros contextos no obtiene los resultados esperados y evidencia de ello la presenta Bakouros, Y. L., *Et al* (2002).

a) Discusiones y Conclusiones

Derivado de las brechas literarias identificadas, se puede concluir lo siguiente:

Las redes de vinculación, tanto con el sector público como privado, generan beneficios en los usuarios. Lo cual se puede traducir en beneficios económicos para las organizaciones que

las aprovechan. (Álvarez, M., 2012; González, R., 2012; Etzkowitz, H., 2008). La ubicación geográfica también es un factor crítico, es decir, si un parque tecnológico se encuentra cerca de una universidad, sus redes de vinculación se incrementan. (Löfsten, H., & Lindelöf, P., 2002; Vedovello, C. 1997).

De igual forma se ha encontrado que hay evidencia positiva y negativa respecto a los beneficios de las redes de vinculación en los PCT. Mostrando los estudios que la más significativa tiene que ver con los vínculos con la universidad. (Montoro-Sánchez, M.A. et al, 2012; Vedovello, C.,1997). En los parques científicos y tecnológicos, se ha encontrado evidencia tanto favorable como desfavorable respecto a que si el hecho de pertenecer a un parque les genera beneficios o no. En los hallazgos detectados se ha visto que en países menos desarrollados tienen los parques un desempeño menor comparado con los más desarrollados. (Bakouros, Y. L., et al, 2002; Chan, K. F., & Lau, T., 2005; Hansson, F., Husted, K., & Vestergaard, J., 2005)

Así mismo se encontró que las empresas localizadas dentro de los parques desarrollan mas redes de vinculación en proyectos de I+D, que las empresas localizadas fuera de los parques (Löfsten, H., & Lindelöf, P., 2002; Löfsten, H., & Lindelöf, P., 2005)

El problema central de la investigación radica en los huecos encontrados en literatura revisada hasta el momento, ya que no se han encontrado artículos documentales que contengan el análisis de cómo las estrategias efectivas de vinculación pueden dar soporte a los locatarios de los PCT para la generación de proyectos en conjunto de e Investigación y Desarrollo e Innovación Tecnológica; lo cual representa una problemática latente no sólo en México si no que ha sido abordada por diversos autores (Bakouros, Y. L., et al ,2002;

Bjerregaard, 2010; Carmona, E. A., & Chairez, R. C. 2015; Chan, K. F., & Lau, T., 2005; Montoro-Sánchez, M.A. et al 2012).

De igual forma, la literatura revisada, menciona que las capacidades de vinculación generan beneficios a los agentes económicos que las emplean. Dichos beneficios van desde la expansión de sus mercados hasta el desarrollo formal de líneas de investigación como lo es la innovación tecnológica. Así mismo la problemática planteada sobre la generación de proyectos en conjunto de I+D e innovación tecnológica, se desprende de la autoevaluación realizada por los mismos directivos del PTSW, que a su vez se basa en un documento de trabajo sobre el International Good Practice For Establishment Of Sustainable It Parks. Review of Experiences in Select Countries, Including Three Country Case Studies: Vietnam, Russia & Jordan (Mundial, B., 2008).

En investigaciones futuras se pudieran elaborar los instrumentos estadísticos para determinar si la literatura planteada concuerda con la realidad, ya que, en este artículo solo se abordaron los aspectos teóricos y las brechas literarias observadas por otros investigadores, los cuales manejan contextos diferentes a los planteados en el documento.

Bibliografía

- Álvarez, María (2012). Planeación-Presupuestación Bajo el Enfoque de Megaplaneación en el Parque Tecnológico de Software de Ciudad Obregón, Sonora. Ciudad Obregón, México: Oficina de Producción de Obras Literarias y Científicas, ITSON.
- Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España. (2014). Definición de Parque. Recuperado: <http://www.apte.org/es/definicion-de-parque.cfm>
- Bakouros, Y. L., Mardas, D. C., & Varsakelis, N. C. (2002). Science park, a high tech fantasy?: an analysis of the science parks of Greece. *Technovation*, 22(2), 123-128.
- Barletta, F., Pereira, M., Robert, V., & Yoguel, G. (2013). Argentina: Dinámica reciente del sector de software y servicios informáticos. *Revista de la CEPAL*, (110), 137-155.
- Bjerregaard, T. (2010). Industry and academia in convergence: Micro-institutional dimensions of R&D collaboration. *Technovation*, 30(2), 100-108.
- Carmona, E. A., & Chairez, R. C. (2015). Investigación Académica y Redes de Colaboración: Evidencias de México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 8(5), 63-80.
- Chan, K. F., & Lau, T. (2005). Assessing technology incubator programs in the science park: the good, the bad and the ugly. *Technovation*, 25(10), 1215-1228.
- Etzkowitz, Henry (2008). *The Triple Helix: University – Industry . Government Innovation in Action*. New York, United States of America: Routledge.
- Hansson, F., Husted, K., & Vestergaard, J. (2005). Second generation science parks: from structural holes jockeys to social capital catalysts of the knowledge society. *Technovation*, 25(9), 1039-1049.
- Hurtado, C. D., Correa, Z. C., & Cardona, Y. A. C. (2013). The role of a public university in a global environment: networks and externalities of the R&D of the Cauca University. *Estudios Gerenciales*, 29(129), 396-405.
- ITSON (2007): *Contribución de las Instituciones de Educación Superior a la Generación de Consecuencias Sociales Positivas: El Caso del Instituto Tecnológico de Sonora. Ciudad Obregón*. Ciudad Obregón, México: Author House.
- Kihlgren, A. (2003). Promotion of innovation activity in Russia through the creation of science parks: the case of St. Petersburg (1992–1998). *Technovation*, 23(1), 65-76.
- Löfsten, H., & Lindelöf, P. (2002). Science Parks and the growth of new technology-based firms—academic-industry links, innovation and markets. *Research Policy*, 31(6), 859-876.

- Löfsten, H., & Lindelöf, P. (2003). Determinants for an entrepreneurial milieu: Science Parks and business policy in growing firms. *Technovation*, 23(1), 51-64.
- Löfsten, H., & Lindelöf, P. (2005). R&D networks and product innovation patterns—academic and non-academic new technology-based firms on Science Parks. *Technovation*, 25(9), 1025-1037.
- Manual de Frascati. (2003). *Medición de las actividades científicas y tecnológicas Propuesta de norma práctica para encuestas de investigación y desarrollo experimental*. Madrid: OCDE.
- Manual de Oslo. (2005). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Luxembourg: OECD.
- Montoro-Sánchez, M.A. et al (2012). Localización en parques científicos y tecnológicos y cooperación en I+D+i como factores determinantes de la innovación. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 21(2012):182-190
- Mundial, B. (2008). *International Good Practice For Establishment Of Sustainable It Parks. Review of Experiences in Select Countries, Including Three Country Case Studies: Vietnam, Russia & Jordan*. Extraído el, 14-04.
- OCDE. (2015). Innovation Definitions and Fundamentals. Recuperado: <https://www.innovationpolicyplatform.org/content/innovation-definitions-and-fundamentals>
- Programa para el Desempeño de la Industria del Software. (2014). Acerca de PROSOFT. Recuperado: <http://www.prosoft.economia.gob.mx/>
- Ratinho, T., & Henriques, E. (2010). The role of science parks and business incubators in converging countries: Evidence from Portugal. *Technovation*,30(4), 278-290.
- Red Nacional de Vinculación ANIUES.(2014). La Red. Recuperado: <http://www.sivu.edu.mx/portal/rednacional/red.html?m=1>
- Romer, Paul (1988): “El Cambio Tecnológico Endógeno”, preparado para la conferencia “El Problema del Desarrollo Económico: Exploración del Desarrollo Económico mediante la libre empresa”. Nueva York, Estados Unidos de Norteamérica. Publicado en *Journal of Politic Economy*, 1990, volumen 98, núm. 5.
- Rubio, J. C. O. (2001). Los parques científicos y tecnológicos en España: retos y oportunidades. Comunidad de Madrid.

Schumpeter, J. (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Quinta Reimpresión. Fondo de Cultura Económica. México

Vedovello, C. (1997). Science parks and university-industry interaction: geographical proximity between the agents as a driving force. *Technovation*, 17(9), 491-531.



GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS: REVISIÓN DEL MARCO TEÓRICO (FACTORES DE MEDICIÓN).

Autores:

Diana Maricela Vasquez Treviño

Miguel A. Palomo Gonzalez

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 13/Mayo/2015

Resumen

La gestión de la cadena de suministros ayuda a las empresas a ser más eficientes y a cumplir con las necesidades de los clientes además de mantener su rentabilidad. Por lo que en este artículo se revisara el marco teórico de la gestión de la cadena de suministros y sus modelos más relevantes para tener una mejor comprensión de sus factores de medición.

Palabras claves

Cadena de suministros, indicadores de desempeño, métricos de cadena de suministro y desempeño organizacional.

Introducción

El estado de Nuevo León se caracteriza por ser una zona industrial, su sector manufacturero en el año 2012 generó el 10.5% anual del total de la aportación estatal al PIB (Producto Interno Bruto). Y contribuyó para posicionarlo en el 3er estado a nivel nacional con mayor aportación al PIB según INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). Lo anterior hace al sector manufacturero atractivo para investigar, medir y seguir mejorando.

La globalización está forzando al sector de manufactura a ofrecer bajos costos, alta calidad y productos confiables, pero al mismo tiempo, exige cumplir con los tiempos de entrega acordados con el cliente y tener flexibilidad en sus procesos. (Min y Zhou, 2002)

La presión de los mercados como resultado de la globalización obliga a las empresas del sector manufacturero a sincronizar sus procesos y ser más eficientes para cumplir con las necesidades del cliente y mantener sus ganancias. Debido a lo anterior las empresas manufactureras se enfocan a la gestión de la cadena de suministro y es donde surge la necesidad de identificar los factores críticos que afectan su desempeño.

La medición del desempeño de la cadena de suministros es uno de los indicadores junto con una serie de actividades que desempeñan los gerentes como: planeación, organización, motivación laboral y control de producción. Estas actividades son parte de una larga lista de KPI (*key performance indicator*) que desempeñan los administradores de las compañías que debido a la

sobrecarga de trabajo y falta de enfoque conducen a tener ineficiencia en las compañías. (Dr. Rajwinder Singh, Dr. H.S. Sandhu, Dr. B.A. Metri, Mr. Papampreet Singh, 2013)

Un sistema de desempeño de las compañías nos ayuda a direccionar los problemas financieros, con clientes, de procesos internos y de innovación. Lo que no se mide, no se mejora. (Kaplan y Norton, 1996)

“La gestión de la cadena de suministro es un concepto que se originó en las industrias de fabricación a principios de 1980. Se desarrolló a partir de innovaciones como *just in time* (JIT) (Vrijhoef, 2000) y *total quality management* (TQM) (Wong, 1999). La gestión de la cadena de suministro se ha visto como un conjunto de prácticas dirigidas a la gestión y la coordinación de toda la cadena de suministro de los proveedores de materias primas hasta los clientes finales (Slack, Chambers, y Johnston, 2001).

La cadena de suministros varía de industria a industria y de compañía a compañía pero tienen los siguientes elementos básicos en común: proveedores, producción y distribución. Estos tres elementos antes mencionados son factores de impacto en el costo. (Arnold, Chapman, y Clive, 2011)

Se define a la cadena de suministros como: “todas las actividades y procesos desde el proveedor o servicio hasta el cliente final”. (Arnold, Chapman, y Clive, 2011, p.26) En donde se puede ligar un sin número de compañías a la cadena, por lo que un cliente puede ser proveedor de otro cliente.

La función de la gestión de la cadena de suministros es unir cada punto de intersección o cruce de los socios, para que tengan una entrega oportuna, confiable, y de calidad los productos a bajo costo.

La cadena de suministro no sólo incluye al fabricante y proveedores, sino también los transportistas, almacenes, minoristas, y los propios clientes. Dentro de cada organización, la cadena de suministro incluye todas las funciones que tienen que abastecer una solicitud del cliente. Estas funciones incluyen: el desarrollo de nuevos productos, mercadotecnia, operaciones, distribución, finanzas y servicio al cliente. (Chopra, 2004)

El principal desafío para la gestión de la cadena de suministro es mantener y mejorar continuamente la coordinación e integración de todas las interacciones e interfaces con el fin de mejorar el rendimiento global de la cadena de suministro.

Las empresas han adoptado el concepto de gestión de la cadena de suministro para mejorar los objetivos de desarrollo de productos, calidad y entrega, para eliminar los desperdicios. (Chan, 2003)

El proceso de la Gestión de la cadena de suministros es un sistema integración que sincroniza una serie de actividades relacionadas entre sí, los cuales se enlistan a continuación:

- Adquisición de materia prima y/o partes,
- Transformación de esa materia prima y/o partes en producto terminado,

- Agregar valor al producto terminado,
- Distribuir o promover el producto terminado con distribuidores o clientes,
- Facilitar el flujo bilateral de información entre las actividades del negocio.

(Min & Zhou, 2002)

La gestión de la cadena de suministro busca mejorar la eficiencia operativa, capacidad de respuesta y la rentabilidad de las empresas y sus socios de la cadena de suministros. (Min y Zhou, 2002)

La retroalimentación de la gestión de la cadena de suministros se logra a través de los factores como el desempeño. (Chan, 2003) Medir el desempeño de la cadena de suministro revela la brecha entre la planificación y la ejecución que ayuda a las empresas a identificar problemas potenciales y áreas de mejora.

La consecuencia de no medir el desempeño de la gestión de la cadena de suministros se cita a continuación:

- Los objetivos no están conectados con la estrategia.
- Falta de balance entre los objetivos financieros y no financieros.
- Falta de sistema integrador, donde la cadena de suministros no se ve cómo una sola entidad.
- Pérdida del contexto de la cadena de suministros.

(Gunasekaran, 2001)

Marco Teórico

En la literatura de la cadena de suministro, define al desempeño de la cadena de suministros como el rendimiento y eficiencia de una empresa por los diferentes procesos dentro de la función de la cadena de suministro. (Srinivasan 2011)

La medición del desempeño se puede definir como el proceso de cuantificación de la eficiencia y eficacia de una acción. (Gunasekaran, 2007) La eficacia es el grado en que se cumplen los requisitos del cliente y las medidas de cómo se utilizan los recursos económicos de una empresa de eficiencia cuando se proporciona un nivel pre-determinado de la satisfacción al cliente. (Sheperd y Gunter, 2006)

La medición del desempeño es esencial para las empresas para mejorar la efectividad y eficiencia las cadenas de suministro. Beamon, (1999) Además la evaluación a proveedores es responsabilidad de los que toman las decisiones para desarrollarlos. Gunasekaran et al. (2004)

El desarrollo de indicadores para evaluar el desempeño de la cadena de suministro a menudo es precedido por la identificación de los indicadores clave de rendimiento. Esto es necesario ya que el principal trabajo de los administradores de la cadena de suministro es diseñar estrategias dirigidas a la mejora de estos indicadores claves de rendimiento críticos. Pero en la práctica la alta gerencia se enfrenta a un duro desafío en averiguar las relaciones entre varios indicadores y su priorizaciones para el logro de metas. (Chae, 2009)

A continuación se describirán los modelos más relevantes del desempeño de la gestión de la cadena de suministros.

El primer modelo que describiremos es el de Beamon (1999), en su estudio propone tres tipos de medida de desempeño: recurso, producción y flexibilidad; en ellos se identifican los componentes necesarios para medir el desempeño de la cadena de suministro y propone un enfoque de flexibilidad cuantitativa.

Gunasekaran (2001) muestra y discute las diferentes medidas de rendimiento y métricos de la gestión de la cadena de suministro, proponen un modelo que le da imagen de cohesión para identificar lo que hay que medir y como se puede tratar. El modelo se clasifica en los niveles: estratégicos, tácticos y operacionales. Los métricos también se dividen en: financiero y no financiero, de forma que se puede aplicar un método de costeo adecuado basado en el análisis de la actividad.

Los niveles estratégico, táctico y operación son jerárquicos en función de la actividad donde ejercen el control (Ballow, 1992). Esta jerarquía se basa en las actividades, decisiones e influencias de los diferentes niveles de gestión (Rushton y Oxel, 1989).

El nivel estratégico influye en las decisiones de gestión de alto nivel, impacta la investigación de políticas de la organización, planes financieros, la competitividad y el nivel de adhesión a la meta de la organización.

El nivel táctico mide el desempeño contra los objetivos que deben cumplirse a fin de lograr los resultados específicos en el nivel estratégico e influye como consecuencia en la asignación de recursos. La medición del desempeño de la gestión de la cadena de suministros proporciona información valiosa sobre las decisiones de gestión de nivel medio. Ya que son mediciones del nivel de funcionamiento y métricos que requieren datos precisos y evalúan los resultados de las decisiones de los administradores de bajo nivel.

El nivel operativo, establece los objetivos para supervisores y trabajadores que al cumplirse dará lugar al cumplimiento de los objetivos tácticos.

Gunasekaran (2004) actualizó el modelo para explicar la importancia de la medición del desempeño de la gestión de la cadena de suministros y sus métricos. Este modelo considera la medición de los procesos de la cadena de suministros (planeación, recursos, producción, distribución) además sigue considerando los niveles: estratégicos, tácticos y operativos. Evalúa una puntuación para priorizar cada métrico en tres niveles: alto, moderado y bajo para el nivel de importancia de las empresas británicas seleccionadas en el estudio.

El modelo de Chan (2003) propone un método de medición del desempeño para contribuir al desarrollo de la gestión de la cadena de suministros en cinco procesos principales: el suministro, logística de entrada, fabricación, la logística de salida, mercadotecnia y ventas. Este punto de vista sistemático está basado en los procesos para construir un modelo de rendimiento global para la gestión de la cadena de suministros.

En el modelo Lin (2005) se mencionan los factores: gestión de calidad, selección de proveedores, desempeño de la organización, escalas multivariable de la gestión de calidad de la cadena de suministros.

Existen otros modelos para medir parcialmente el desempeño de la gestión de la cadena de suministros como son: minimización de costos (Cohen & Moon, 1990; Lee & Feitzinger, 1995), la maximización de las ventas (Hammel y Laura, 1993), la maximización costo de oportunidad (Cohen & Lee, 1989), la minimización de la inversión en inventarios (Lee y Billington, 1993), maximización del retorno de la inversión (Christopher, 1994), maximización del beneficio de la relación comprador-proveedor. (Christy y Grout, 1994)

Conclusiones

En este artículo se analizaron diversos modelos de la gestión de la cadena de suministros como la visión general que presenta Beamon (1999) acerca de la evaluación de los métricos del desempeño de la cadena de suministro.

Gunasekaran, Patel & Tirtiroglu (2001) muestran y discuten las diferentes medidas de rendimiento y métricos de la gestión de la cadena de suministro, sin embargo dada la gran cantidad de métricos y medidas del modelo a las empresas les resulta difícil de utilizar por su complejidad y difícil implementación.

Gunasekaran, McGaughey, y Patel en su estudio del 2004, mejoraron su modelo al identificar en su investigación los factores críticos de éxito para la gestión de la cadena de suministros. Pero sigue siendo extenso y complicado como la anterior versión.

El modelo de Chan 2003 en su estudio solo evalúa a la organización, los proveedores y los clientes. Pero no identifica cuales son los factores críticos, además, no divide las decisiones a través de los niveles estratégico, táctico y operacional.

El Modelo de Lin 2005 está enfocado en el área solo a la relación proveedor-empresa. Lo cual limita su investigación.

Bibliografía

Arnold, J., Chapman, S., & Clive, L. (2011). Introduction to Materials Management (7th Edition). pp. 26.

Beamon, B. (1999). Measuring supply chain performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 275-292.

Chae, B. (2009). Developing key performance indicators for supply chain: an industry perspective. *Supply Chain Management: An International Journal*, 422-428.

Chan, F. Q. (2003). A conceptual model of performance measurement for supply chains. *Management Decision*, 635-642.

Chopra, S., & Meindl, P. (2004). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation 2nd edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Gunasekaran, A., Patel, C., & Tirtiroglu, E. (2001). Performance measures and metrics in a supply chain environment. *International Journal of Operations & Production Management*, 71-87.

Gunasekaran, A., McGaughey, R., & Patel, C. (2004). A framework for supply chain performance measurement. *International Journal of Production Economics*, 333-347.

Gunasekaran, A., & Kobu, B. (2007). Performance measures and metrics in logistics and supply chain management: a review of recent literature (1995-2004) for research and applications. *International Journal of Production Research*, 2819-2840.

<http://www.inegi.org.mx>

Min, H., & Zhou, G. (2002). Supply chain modeling: past, present and future. *Computers & Industrial Engineering*, 43, 231-249.

Dr. Rajwinder Singh, Dr. H.S. Sandhu, Dr. B.A. Metri, Mr. Papampreet Singh, (2013). Modeling Supply Chain Performance of Organized Garment Retailing. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 3, Issue 3, March 2013, ISSN 2250-3153.

Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R. (2001). *Operations Management*. Eaglewood cliff, NJ: Prentice Hall.

Vrijhoef, R. a. (2000). The four roles of supply chain management in construction. *European Journal of Purchasing & Supply Management, Supply Chain Management in Construction*, p.169-178.

Wong, A. a. (1999). Total quality management in the construction industry in Hong Kong: a supply chain management perspective. *Total Quality Management*, 199-208.



EL ESTUDIO DEL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL EN INDUSTRIA HOTELERA: UN MODELO CONCEPTUAL.

Mtra. Yesenia Clark Mendivil

Instituto Tecnológico de Sonora (yessenia.clark@itson.edu.mx)

5 de febrero 818 Sur Cd. Obregón Sonora

Nacionalidad: Mexicana

Dr. Mario Cesar Dávila Aguirre

Universidad Autónoma de Nuevo León (mario.davilagr@uanl.edu.mx)

Nacionalidad: Mexicana

Mtra. Irma Guadalupe Esparza García

Instituto Tecnológico de Sonora (iesparza@itson.edu.mx)

5 de febrero 818 Sur Cd. Obregón Sonora

Nacionalidad: Mexicana

Dra. Raquel Ivonne Velasco Cepeda

Instituto Tecnológico de Sonora (raquel.velasco@itson.edu.mx)

5 de febrero 818 Sur Cd. Obregón Sonora

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 21/Abril/2015

Fecha de aceptación: 11/Junio/2015

Resumen

En el siguiente documento se plantea una aproximación al tema de estudio con relación a “El estudio del desempeño organizacional en la industria hotelera: un modelo conceptual”, cuyo tema es de interés a desarrollar, donde se plantean las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son los factores que afectan el desempeño de las empresas de servicio del sector hotelero? ¿Está la satisfacción laboral, la satisfacción del cliente, la innovación administrativa, la calidad en el servicio relacionada con el desempeño de las empresas hoteleras? Planteando el objetivo de analizar si la satisfacción laboral, la satisfacción del cliente, la innovación administrativa, la calidad en el servicio impactan de manera positiva al desempeño de las empresas hoteleras. Es importante realizar éste estudio ya que los indicadores de desempeño en el sector hotelero van orientados a informar un cuadro situacional de los mismos en relación a sus actividades como organizaciones prestadoras de servicios. Para ello toman como información directa resultados de antecedentes obtenidos de años anteriores, información relacionada a la competencia, entre otros. Debe ser relevante para la gestión, es decir que aporte información imprescindible para informar, controlar, evaluar y tomar decisiones.

Palabras clave: Turismo, desempeño, empresas hoteleras.

Introducción

En el presente documento se contempla un contexto del fenómeno a estudiar de cómo observan al sector turismo, así como algunas estadísticas de ésta actividad en el nivel internacional, nacional y regional, resaltando el valor del sector servicios en la industria del turismo y la hotelería.

Raya (2007) considera al turismo como la actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas (agricultura, cultura, construcción, fabricación) y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es una producción de servicios que varía dependiendo de cada país.

Por otro lado Lanquar (1991), menciona que el turismo es una actividad compleja que involucra a diversos sectores de la población, hace referencia que puede ser considerado y definido, entre otros como un bien, un servicio, un sector, una actividad económica, un mercado o una industria. Ambos autores coinciden en que la actividad turística es vista como una actividad económica que involucra la prestación de servicios que es ofertada por un indeterminado número de empresas.

Por lo que dentro de éste sector se encuentra la industria turística que está formada por un conjunto de empresas interrelacionadas al servicio de quienes viajan tanto en el interior de cada país como por el extranjero. Así, el turismo establece una conexión entre las personas, los alojamientos, las formas y los medios de viajar. Se trata de una serie de empresas relacionadas económicamente (compañías ferroviarias, líneas aéreas, empresas de alquiler de automóviles, organización de cruceros, venta de viajes al por menor, reservas de hoteles y restaurantes), que presentan algunas características en común.

A continuación se presente una tabla de cómo Raya (2007) observa a la empresa turística.

La empresa Turística: conexión entre las personas, los medios de viajar y los alojamientos		
PERSONAS	MEDIOS DE VIAJAR	ALOJAMIENTOS Y COMIDA
<ul style="list-style-type: none">• Agentes de viajes	<ul style="list-style-type: none">• Bus	<ul style="list-style-type: none">• Hotel
<ul style="list-style-type: none">• Agente de Viajes de	<ul style="list-style-type: none">• Tren	<ul style="list-style-type: none">• Motel

Incentivo		
• Vendedor de tours	• Barco	• Albergue
• Tour-operador	• Avión	• Apartamento
	• Automóvil	• Camping
		• Segunda residencia
		• Restaurante

Raya 2007

En la actualidad se manifiesta en varios artículos académicos y no se pone en duda la importancia social, económica e incluso política de los viajes y del turismo, pues sin duda es una de las industrias que ha experimentado un desarrollo más rápido.

Por lo que para entender este sector es importante precisar algunas estadísticas importantes relacionadas a los viajeros.

En el contexto Internacional las llegadas de turistas, (visitantes que pernoctan) según datos de la Organización Mundial del Turismo OMT (2014) crecieron un 5% a escala mundial en 2013, alcanzándose la cifra récord de 1.087 millones de llegadas, después de haberse superado en 2012 la cota de los mil millones.

La región de Asia y el Pacífico registró el mayor crecimiento, con un aumento del 6% en llegadas, seguida de Europa y África (ambas +5%). En las Américas, las llegadas internacionales aumentaron un 3%, mientras que en Oriente Medio se mantuvieron sin cambios.

Así mismo en el 2013, los ingresos por turismo internacional alcanzaron la cifra de 1.159.000 millones de dólares de los EE.UU. en todo el mundo, partiendo de 1.078.000 millones de dólares de los EE.UU. generados en 2012. El crecimiento de ingresos por turismo internacional, un 5% en términos reales, fue igual al crecimiento en llegadas. China ha consolidado su posición como mayor mercado turístico emisor del mundo, con un gasto en turismo internacional de 129.000 millones de dólares. Las previsiones preparadas por la OMT de 2014 apuntan a un crecimiento de entre el 4% y el 4,5% en las llegadas de turistas internacionales en 2014, superándose la previsión a largo plazo del 3,3% que figura en *Tourism Towards 2030* (Turismo hacia 2030). Por regiones, según la clasificación de la OMT, las mejores perspectivas de crecimiento para 2014 corresponden a la región de Asia y el Pacífico (entre +5% y +6%), seguida de África (entre +4% y +6%).

Actualmente, México ocupa el décimo quinto lugar entre los principales destinos más visitados del mundo, según datos de la OMT (2014) y según las previsiones a largo plazo de la OMT, incluidas en *Tourism Towards 2030*, las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030 hasta alcanzar los 1.800 millones en 2030. Entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas en destinos emergentes (+4,4% al año) doble el de las economías avanzadas (+2,2% al año). La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 47% en 2013 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivale a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales.

Sin embargo en el Estado de Sonora en el año 2013 según los datos de DATATUR de la secretaria del Turismo se muestran cifras no son tan alentadoras, se recibieron 13728 turistas

internacionales en el aeropuerto de la capital que es la ciudad de Hermosillo que representan el .02% del total de llegadas de todo el país, presentando una caída del 12.38% con respecto al 2012 y en lo que va del año del 2014 tuvo una recuperación del 14% en el semestre Enero a Julio, sin embargo en el semestre Agosto Diciembre lleva una baja del 4.5% con respecto al 2013, esa baja en el Turismo afecta indirectamente a Ciudad Obregón, segunda Ciudad más importante del estado por su actividad económica, localizada a 237 kilómetros de la capital y que se conecta vía terrestre en 3 horas, ya que la capital Hermosillo es un medio de arribos aéreos por la presencia de un mayor número de aerolíneas que se conecta con ciudad Obregón, ciudad cuya principal actividad económica ha sido la agricultura, la cual, se realiza extensamente en el Valle del Yaqui que está situado al sur de la ciudad, contando con uno de los sistemas de riego más importantes del país, cuenta con amplio servicio de hospedaje, existe una diversidad de restaurantes con gran variedad y calidad de platillos, así como bares y centros nocturnos sin embargo el estudiar el desempeño de estas organizaciones que son consideradas turísticas ha sido el tema de interés de ésta investigación.

Dada las estadísticas anteriores podemos precisar la importancia hablando en términos económicos del sector terciario que son los servicios, donde encontramos al turismo y que es necesario comprender las características del fenómeno a estudiar Vogeler Ruiz y Hernández Armand (2000), comentan que se trata de un sector “en el que no se contemplan cuestiones tradicionales de los sectores primario y secundario” pues se trata de un sector al que le son aplicables los principios básicos de la economía, presenta ciertas particularidades que lo diferencian del resto de los sectores.

Es aquí donde radica la importancia de éste sector terciario que son los servicios a diferencia de los sectores secundarios como la manufactura, el primario como la agricultura, ganadería, pesca,

minería puesto que estos sectores requieren de bienes de capital para su desarrollo y los servicios son actividades que satisfacen necesidades, de la misma manera que sucede con los bienes, solo que a diferencia de los bienes, los servicios son intangibles, es decir, son difíciles de almacenar, se pueden evaluar al momento de consumirlos ya que antes se desconocería la satisfacción que otorgarían.

Para poder enmarcar los servicios en el sector turístico, la organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) determina los aspectos de la actividad turística como: “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”.

Dentro de los servicios turísticos se encuentra: El alojamiento, los restaurantes, los bares y clubs nocturnos, los parques temáticos, teatros, atracciones deportivas, las tour operadoras, agencias de viaje y el transporte ya sea por aire, mar, carretera, etc.

Según Lovelock (2004), los servicios tienen cuatro características principales:

1) Intangibilidad. Ésta es una de las características más distintivas de los servicios. Los servicios son acciones, no objetos, por lo tanto no pueden verse, sentirse, degustarse, o tocarse de la manera en que sí se podría hacer con un bien tangible. Esta intangibilidad tiene importantes implicancias: Los servicios no pueden ser inventariados, lo que hace difícil manejar las fluctuaciones en la demanda; Los servicios no pueden patentarse con facilidad, esto hace que nuevos conceptos de servicio sean copiados con facilidad por la competencia; Los servicios no pueden exhibirse ni comunicarse con facilidad a los clientes, esto hace que la calidad puede ser difícil de evaluar por parte de los clientes.

2) Heterogeneidad, No existen dos servicios exactamente iguales, pues son ejecuciones generalmente producidas por humanos. Los empleados pueden diferir en su desempeño de un día a otro, cada cliente tiene demandas únicas y experimenta el servicio de una forma particular. Es decir, la heterogeneidad de los servicios es resultado de la interacción humana y los caprichos que la acompañan. Esta heterogeneidad tiene importantes implicancias: Asegurar la calidad de servicio será un reto constante para los gerentes de servicio, esto porque la calidad depende de muchos factores que no pueden ser controlados por completo por el proveedor del servicio.

3) Caducidad y Los servicios no pueden ser guardados, almacenados, revendidos o devueltos. Esta caducidad tiene importantes implicancias: Se genera incapacidad de inventariar, esto hace muy importante generar buenos pronósticos de demanda y hacer una planeación creativa para el uso de la capacidad; Como los servicios no pueden ser devueltos, o revendidos, es importante tener estrategias de recuperación sólidas cuando las cosas salgan mal.

4) Simultaneidad de la producción y el consumo Los servicios son vendidos primero, y luego producidos y consumidos simultáneamente. Esto implica generalmente que los clientes están presentes mientras el servicio está siendo producido, y por lo tanto pueden ver e incluso tomar parte en el proceso de producción. Además, mientras la producción está siendo llevada a cabo, los clientes pueden interactuar entre sí, afectando las experiencias que pueden tener. Esta simultaneidad de producción y consumo tiene importantes implicancias: Es difícil la producción masiva; La calidad del servicio y la satisfacción del cliente dependerán en gran parte de lo que sucede en “tiempo real”; La naturaleza de “tiempo real” brinda oportunidades para personalizar las ofertas para consumidores individuales; El cliente está implicado y observa el proceso de producción, esto implica que él puede afectar el resultado de la transacción de servicio.

Sin embargo un servicio puede estar compuesto de un bien tangible con un servicio que lo acompañe por ejemplo las computadoras o los automóviles; Un híbrido que combina partes iguales de bienes y servicios (un restaurante); Un servicio principalmente con bienes y servicios menores que lo acompañen (un viaje aéreo) (Lovelock, et al., 2004).

Expuesto lo anterior y remarcando la importancia de éste sector es de interés analizarlo, como éste es un tema amplio que abarca varios subtemas nos enfocaremos a analizar a la industria hotelera la cual según Raya (2007) entra dentro de la clasificación de empresas en el apartado de servicios, es decir hotel o un motel etc. Son considerados como empresas de servicios, presentando tres características fundamentales:

1. No hay venta de productos, sino que se facilita un servicio, en el cual el producto ha sido previamente manipulado y transformado.
2. Si no hay venta de productos principales, tampoco habrá venta de productos derivados del principal.
3. El servicio facilitado por las empresas hoteleras se considera como un bien intangible, ya que tanto el pernoctar o dicho de otra manera el hospedarse durante una noche, como la manutención son difíciles de cuantificar.

A pesar del crecimiento de las grandes redes internacionales, los típicos hoteles y restaurantes suelen ser aun propiedad de empresas nacionales o regionales, o incluso son establecimientos independientes, que en muchos casos, forman asociaciones o consorcios para impulsar la venta de sus servicios.

Por otro lado también menciona que la hotelería es la oferta de servicios destinados a proporcionar alojamiento y alimentación. Es una prestación importante cuyos orígenes se

remontan a los tiempos de la antigua Roma, cuando las tabernas y las posadas satisfacían las necesidades elementales de los viajeros.

La hotelería genera gran cantidad de puestos de trabajo eventuales, es decir según la estacionalidad se incrementa o disminuye la demanda laboral, aunque durante todo el año se mantienen una serie de servicios considerados como necesarios o mínimos.

Ahora bien la aparición de las organizaciones definidas como grupos estructurados y orientados a fines productivos se remota a los orígenes mismos de la civilización.

La empresa hotelera presenta ciertas características una de ellas relacionada a la estacionalidad, y se entiende por la temporada en el año en la cual se concentra la demanda o el servicio principalmente de turistas, trayendo consigo un importante rezago en el sector laboral, puesto que existen establecimientos de esta naturaleza que solo abren sus puertas al público en ciertas épocas del año conociéndose como temporada alta; principalmente durante el verano, invierno, semana santa como las más conocidas, provocando situaciones u obligando a las personas que laboran a buscar otras oportunidades durante la temporada baja, dándose mas esta situación en destinos de sol y playa o en el turismo tradicional, sin embargo cabe hacer mención que durante la temporada alta genera una gran cantidad de puestos de trabajo generando múltiples beneficios a la población.

Al respecto Bercial., et (2005), mencionan que existe el turista de la era del conocimiento y la información y sus exigencias son encaminadas a una mayor facilidad del acceso a ese conocimiento e información, ya que tienen a su disposición una enorme gama de ofertas turísticas y de ocio; así como casi una ilimitada capacidad para hacerlas efectivas por el aumento del tiempo libre, la continua mejora de los medios de transporte y la introducción de internet en las formas de acceso a la comunicación, distribución y comercialización turística. Hacen

mención también que es un consumidor exigente para quien el tiempo de ocio forma parte esencial de su autorrealización personal y social por lo que pone más énfasis más en la cantidad que en la calidad de las experiencias que se le ofrecen.

Estos cambios que se están produciendo en la vertiente humana y vivencial del turismo obligan necesariamente a replanteárselo como actividad objeto de producción y consumo.

Es por eso que la ruta o el camino que deben seguir los destinos, no deben enfocarse a ofertar más de lo mismo y ni tampoco adecuarlos a la demanda, sino ofrecer productos turísticos innovadores basados en generación de experiencias y conocimientos únicos en ese sentido las percepciones tradicionales sobre la oferta y sus procesos de producción, diseño, distribución y comercialización deben ser continuamente revisados. Si el turismo debe tener una rentabilidad económica y social es necesario ofrecer aquello que buscan los consumidores, y éstos están evolucionando a gran velocidad para generar un desarrollo turístico en los destinos donde se pretenda impulsar un alza en ésta actividad Bercial & Timón (2005) siendo esta una área de oportunidad para la industria hotelera del municipio de Cajeme.

Esto lleva implícito algunos problemas de graves consecuencias, como por ejemplo, las grandes fluctuaciones que la estacionalidad provoca en el sector laboral. La hotelería genera gran cantidad de puestos de trabajo eventuales, según la estacionalidad se incrementa o disminuye la demanda laboral, aunque durante todo el año se mantienen una serie de servicios considerados como necesarios o mínimos. Otro gran problema que se presenta es la relación directa entre inversión-amortización beneficio, que se agudiza en aquellas zonas donde la estacionalidad es muy reducida.

Otra característica típica de la empresa hotelera es la temporalidad, entendiendo como tal el tiempo o vida de duración del servicio-producto de la empresa, que es muy bajo, ya que en la mayoría de los casos oscila entre 24 y 48 horas; así, en los hoteles, la principal cuenta es la de las habitaciones, es decir, los ingresos que se producen por el alquiler venta-reserva de las habitaciones. ¿Por cuánto tiempo se alquila una habitación? Por módulos de 24 horas; por lo tanto una habitación que no se haya reservado es una pérdida que hasta las siguientes 24 horas no se puede vender, pero con un agravante: hay que tener en cuenta la rigidez de la oferta hotelera, ya que el hotel tiene las mismas habitaciones en temporada alta que en temporada baja, careciendo de elasticidad; todo ello se va agravando por la falta de capacidad de almacenaje de los servicios, la cual define las características típicas generales de la empresa hotelera (Raya 2007).

En los párrafos anteriores observamos la destacada importancia que tiene el sector terciario o sector servicios, así mismo la relevancia para el turismo y para la hotelería puesto que en un hotel las principales actividades ofertadas son los servicios y es el tema de interés analizar en esta investigación.

Expuesto lo anterior surgen las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los factores que afectan el desempeño de las empresas de servicio del sector hotelero?

¿Está la satisfacción laboral, la satisfacción del cliente, la innovación administrativa, la calidad en el servicio relacionada con el desempeño de las empresas hoteleras?

Es por eso que se busca analizar si la satisfacción laboral, la satisfacción del cliente, la innovación administrativa, la calidad en el servicio impactan de manera positiva al desempeño de las empresas hoteleras.

Marco Teórico

La presente investigación pretende desarrollarse bajo el contexto del desempeño de las organizaciones de servicio y la satisfacción percibida por los clientes de las empresas del sector turismo, específicamente de las empresas hoteleras y como estas inciden en la calidad en el servicio, la innovación administrativa y la satisfacción laboral de los empleados de un hotel.

En la literatura es común encontrar terminologías relacionadas al desempeño como sinónimos de productividad o performance, para efecto de esta investigación utilizaremos el termino de desempeño en todo momento que nos refiramos a éste concepto cuyo tema es fenómeno a estudiar relacionado con factores que más adelante describiremos y como se relacionan con el mismo.

Dicho lo anterior definiremos el desempeño de las empresas hoteleras como el grado de desenvolvura que el hotel tiene con respecto a un fin esperado según la calidad de servicios que brinda en función de sus costos Marcano (2014).

Es así que el desempeño en un hotel puede evaluarse en función de la obtención de un beneficio esperado (o necesidades cubiertas) con respecto a los recursos que se utilizó para para ese logro, recursos cuya sustracción debe significar un problema menor que aquel que se resuelve con la actividad acometida.

Por otro lado otro de los temas a analizar en esta investigación es la satisfacción del cliente la cual hemos definido tomando en consideración la aportación que han realizado Giese y Cote (2000) como el resultado de la evaluación de una experiencia, haciendo referencia a la naturaleza de dicha respuesta, ya sea cognitiva, afectiva o una combinación de ambas, dicho de

otra manera cumpliendo con las necesidades y expectativas de los clientes por el servicio percibido.

Es por eso como se mencionó anteriormente nos enfocaremos a analizar a la industria hotelera la cual según Raya (2007) entra dentro de la clasificación de empresas turísticas en el apartado de servicios. Son considerados como empresas de servicios, presentando tres características fundamentales:

1. No hay venta de productos, sino que se facilita un servicio, en el cual el producto ha sido previamente manipulado y transformado.
2. Si no hay venta de productos principales, tampoco habrá venta de productos derivados del principal.
3. El servicio facilitado por las empresas hoteleras se considera como un bien intangible, ya que tanto el pernoctar o dicho de otra manera el hospedarse durante una noche, como la manutención son difíciles de cuantificar.

Otro factor que afecta el desempeño de la empresa hotelera es **el personal** y es uno del más importante en la mayoría de los encuentros de servicio, ya que estos tienen una relación directa con el cliente, y puede afectar la entrega del servicio. (Enrique, C. 2013).

Al respecto Lovelock, et al, (2004), hace mención que las empresas de servicios que son reconocidas tienen una característica importante definida por una cultura de servicios y un liderazgo diferencial además de la implicación activa del Departamento de Recursos Humanos en donde se vea a los empleados como un recurso que tiene que alimentarse y no como un costo que hay que minimizar.

El manejo del personal en la industria hotelera es un área que se considera de mucho interés y contribuye a determinar la **calidad de los servicios**, ya que como lo señala Baum (2007) afecta

al desempeño de la organización. Los recursos humanos representan un área clave en la entrega del servicio.

La literatura revisada en los apartados anteriores, muestra como la satisfacción del cliente, la calidad y más recientemente el valor han sido descritos como constructos que permiten la evaluación del servicio por el cliente, e identificados como causas predominantes de su comportamiento.

Otro de los factores que afectan el fenómeno a estudiar son los elementos de **satisfacción en el empleo**, ya que estos juegan un papel relevante sobre la calidad de servicios y el desempeño de la organización (Babakus et al, 2003), que trascienden a los límites de la compañía como resultado de jornadas prolongadas y horarios flexibles, alterando las relaciones del trabajo con el vínculo familiar, que pueden tener un efecto importante sobre la satisfacción del empleo (Adams, King y King, 1996). La presencia del conflicto trabajo-familia genera problemas de alcoholismo, depresión y mala salud física y concibe niveles bajos de satisfacción en el trabajo al repercutir en tardanzas y ausentismo (Namasivayama y Zhaob, 2007).

La calidad debe de partir de la necesidad de satisfacción y expectación de una demanda, considerando su comportamiento y diferenciación, tomando en cuenta que la demanda evoluciona continuamente, a grados más acelerados que el establecimiento de los sistemas de certificación. (Briones 2011)

Método

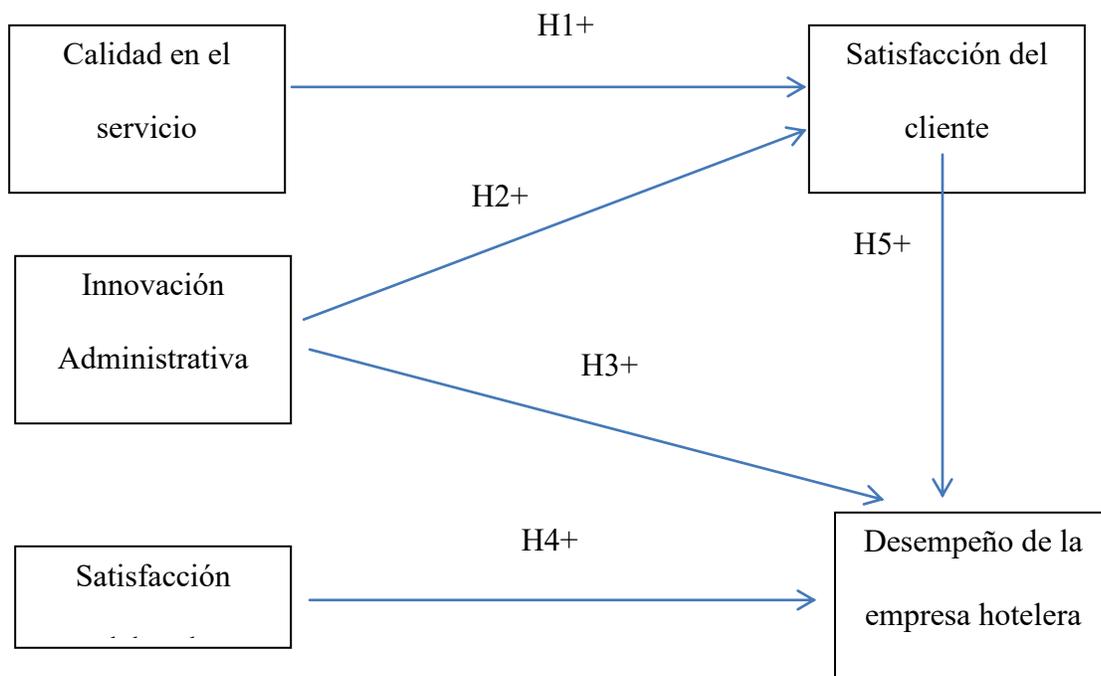
El método desarrollado es de tipo cualitativo y se plantea como objeto de estudio analizar las relaciones que existe entre el desempeño de las empresas hoteleras, la satisfacción del cliente, la calidad en el servicio, la satisfacción laboral y la innovación administrativa.

El procedimiento que se siguió fue basado en Thomas C. Kinner y James R. Taylor (2000):

- Establecer la necesidad de Información (revisión de la literatura)
- Definir los objetivos de la investigación y necesidades de información.
- Diseño de la investigación (propuesta del modelo conceptual).

Resultados

Como resultado de la presente investigación se tiene la propuesta de un modelo de análisis como se aprecia en la figura 1, donde se plantea el análisis de la calidad en el servicio, la satisfacción laboral y la innovación administrativa relacionadas con el desempeño de las empresa hotelera y la satisfacción del cliente para probar que existe una relación positiva entre las mismas.



Fuente: elaboración propia basada en Bernandez (2007)

Otro de los resultados al momento es la definición de éstos de estas variables para el tema de estudio tomando como referencia la revisión de la literatura en estos temas de interés.

Por lo que han sido definidas de la siguiente manera:

Innovación Administrativa en productos referida a la generación de nuevos productos turísticos colocados en el mercado y la tecnología empleada para satisfacer las formas de consumo y mejorar la satisfacción en el trabajo (Hinojoza 2006).

Satisfacción del cliente Como el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Satisfacción laboral como la respuesta afectiva del personal al puesto de trabajo (Locke 1976)

Desempeño de la empresa Hotelera como el grado de desenvoltura que el hotel tiene con respecto a un fin esperado según la calidad de servicios que brinda en función de sus costos Marcano (2014).

Calidad en el servicio como la calidad percibida de un servicio ofertado por el hotel a juicio del cliente, relacionada con la diferencia entre expectativas y percepciones (Parasuraman, Zeithaml, et al).

Satisfacción laboral es una variable que se halla más cercana a los sentimientos que a la productividad, y se refiere a la respuesta afectiva del recurso humano al puesto de trabajo.

Conclusiones

Se precisa que toda actividad humana consume recursos para su puesta en práctica: el hotel requiere de bienes de capital, instalaciones, y por supuesto trabajadores para brindar los productos y servicios que ofrece al mercado.

El desempeño en un hotel puede evaluarse en función de la obtención de un beneficio esperado (o necesidades cubiertas) con respecto a los recursos que se utilizó para para ese logro, recursos

cuya sustracción debe significar un problema menor que aquel que se resuelve con la actividad acometida.

Por otra parte, el fin al que se orienta toda actividad humana es en última instancia la obtención de beneficio: en el caso de un trabajador o una empresa será un monto determinado de dinero que supere los costos y cubra las necesidades.

Bibliografía

ADAMS G., KING, L. Y KING, D. (1996) Relationship of job and family social Support, and work-family conflict with job and live satisfaction, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 81, No. 4, pp. 411-420, US.

BABAKUS, E., YAVAS, U., KARATEPE, O, Y AVCI, T. (2003). The effect of management commitment to service quality on employees' affective and performance outcomes. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 31, No. 3, pp. 272–286, USA.

BAUM, T. (2007) Human resources in tourism: Still waiting for change, *Tourism Management*, Vol. 28 No. 6 pp. 1383-1399, UK.

BERCIAL, R. Á., & TIMÓN, D. A. B. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de turismo*, 15, 27-43.

ENRIQUE, C., & LUCILA, Z. (2013). La innovación como factor de competitividad en las empresas turísticas en Cancún, quintana roo, México. (spanish). *Global conference on business & finance proceedings*, 8(2), 1526-1533.

GIESE, J.L. y COTE, J.A. Defining consumer satisfaction. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2000.

LANQUAR, R. (1991). *La economía del Turismo*, Okios-Tau. Barcelona

LOVELOCK, C., REYNOSO, J., D'ANDREA, G. & HUETE, L. (2004). Administración de Servicios. México: Prentice Hall.

MARCANO M. & YEPEZ H. 2014 Indicadores de desempeño, caso: Hotel Hesperia Isla Margarita Control de gestión.

MONTANER MONTEJANO, 1998: 234-235 Estructura del mercado turístico. Madrid: Síntesis.

NAMASIVAYAMA, K. ZHAO, X. (2007) An investigation of the moderating effects of organizational commitment on the relationships between work–family conflict and job satisfaction among hospitality employees in India, *Tourism Management*, Vol. 28, No.5 pp. 1212-1223.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO OMT (2014) Panorama del turismo internacional Edición 2014 disponible en http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp_hr.pdf

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A. y BERRY, L.L. SERVQUAL: a multiple-ítem scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. Vol. 64, Primavera, 1988. pp. 2-40.

RAYA, JOSE M (2007). Turismo Hotelería y Restaurantes, Luxus editores Lima Perú

RODRÍGUEZ, R. M., & FERNÁNDEZ, J. I. P. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. Cuadernos de turismo, 23(23), 173-193.

SISTEMA NACIONAL DE LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL SECTOR TURISMO DE MÉXICO – Datatur2014 disponible en: <http://www.datatur.beta.sectur.gob.mx/SitePages/VisitantesPorNacionalidad.aspx>

TURÉGANO, M. Á. S. (2004). Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo: el caso de Maspalomas (Gran Canaria). Universitat Autònoma de Barcelona.

VOGELER RUIZ Y HERNÁNDEZ ARMAND, (2000) El mercado turístico, estructura, operaciones y proceso de producción Editorial centros de estudios Ramon Areces.



IMPACT OF THE ASSOCIATION CAPABILITY ON INNOVATION IN SMES FROM DEVELOPING COUNTRIES

Dr. Manuel Alexis Vázquez Zacarías, PhD.

manuel.vazquezcr@uanl.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nuevo León
Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria
San Nicolás de los Garza, Nuevo León, C.P. 66451
México
Tel. +52(81)8329-4000 Ext 4430
Mexicano*

Dr. Alfonso Lopez Lira Arjona, PhD.

alfonso.lopezlr@uanl.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nuevo León
Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria
San Nicolás de los Garza, Nuevo León, C.P. 66451
México
Tel. +52(81)8329-4000 Ext 5574
Mexicano*

Fecha de envío: 16/Abril/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

Abstract

A stream of research on strategic management has focused on a firm's competitive advantage as a result of participation in networks or alliances with other firms. The effect of a given interrelation is subject to diverse exogenous and endogenous factors pertaining to each implicated entity. As a means of estimating a firm's potential for achieving a positive result from an inter-firm endeavor, this study presents a conceptual research rooted on the analysis of the association capability. Managerial implications rely on the ability of obtaining an alternative source of innovation, a critical factor for the achievement of business sustainability.

Key words: innovation capability, association capability, small and medium firms

Introduction

Traditionally, the main line of research on strategic management has been linked to firm's performance. A more specific approach has been driven from the Resourced Based View (RBV) of the firm by focusing on innovation and the way that it affects the performance (Kogut & Zander, 1992; Grant, 1996). Consequently, the study of a firm's innovation becomes relevant because it has a direct effect on the performance of the firm.

According to Hobday (2005) the evidence from literature indicates that in developing countries, if a firm intends to innovate then the enterprise must develop its own distinctive strategies based on its own particular resources, capabilities and stage of backwardness. However, one of the main critics to this argument is that small firms have a low survival rate (Tan, López-Acevedo, 2007) because they are unable to innovate due to the fact that they usually lack the needed resources.

Specifically, the relation between firm size and innovation has been continuously explored in literature (Cohen, 1995; Tsai & Wang, 2005). Although inconclusive results have been found regarding the mentioned relation, empirical research suggests that small and large firms have different determinants of innovation (Rogers, 2004; Van Dijk, Den Hertog, Menkveld & Thurik, 1997).

The particular importance of the association for the small firms is that these type of firms need to cooperate to overcome the lack of internal resources that could aid in the improvement of innovativeness and competitiveness (Nieto & Santa Marina, 2010). Across different industries, firms are increasingly blending their competitive strategies with cooperative strategies, using a variety of network links to coordinate inter-organizational activities (Nielsen, 1988). Moreover, the increase of inter-organizational links are thought to enhance the innovation of organizations

by providing opportunities for shared learning, transfer of technical knowledge, and resource exchange (Goes & Park, 1997).

Miltenburg (2009) highlighted the existence of a network capability, that revolves around the ability of the firm to occupy key positions in a network and the level of this capability depends on each network participant. However, one of the main disadvantages of a network capability could be summarized upon incommensurability issues derived from the fact that every single firm develops a different position inside the network and it becomes extremely difficult to make comparisons among the benefits extracted.

Researchers such as Kale, Dyer and Sing (2002) have proposed that an alliance capability could be unraveled by studying how effectively a firm is able to capture, share, and disseminate the alliance management know-how associated with prior experience. This capability is composed of organizational knowledge embedded in large firms that are continuously participating in alliance partnerships.

In order to explore an alternative to prior experience conditioning a firm's alliance capability within a network, this study proposes the association capability. It is centered upon the ability of a firm to collaborate with other organizations in terms of strengthening social ties, trust and sharing of common values.

Considering that strategy is interdisciplinary, there is no evidence to consider that the association capability and innovation are mutually exclusive. Therefore, it is possible to combine these literature streams in a model that suggests that such capability could enhance innovation in order to provide benefits for small and medium-sized firms (SMEs) in developing countries. The purpose of this study is the analysis of firms' association capacity and its effect on innovation. Additionally, the limitation stated by Hobday (2005) consisting of firm size as a key

characteristic defining its availability of resources and capabilities will be considered in this research.

This research is intended to provide the following theoretical contributions. The first one is that the association capability could be included in the Resource-based View (RBV) as a complement to Newbert (2007) list of capabilities studied within such perspective. Secondly, most models assume that innovation is subdued to large firms with a leadership status (Hobday 2005). Thus, this study proposes a specific model for SMEs in developing countries.

This work is divided into seven sections. The first section presents the theoretical framework of the RBV perspective; it provides the definition of the innovation and association capabilities. The second section contains the model's explanation. The third section covers SMEs' characteristics. The fourth section describes the association construct. The fifth section contains the methodology. The sixth section contains the discussion, limitations and future directions. Finally, the seventh section presents the conclusions that include both the theoretical and practical implications.

Theoretical framework

The Resource-based View of the firm (RBV) is one of the most widely accepted theoretical perspectives in the field of strategic management (Powel, 2001; Priem & Butler, 2001). Considering the most influential article of the field (Barney, 1991), the following contribution was settled. It states that firms' resources could lead to the achievement of sustainable competitive advantages if those are valuable, rare, inimitable and non-substitutable.

In a meta-analysis realized by Newbert (2007), he highlighted that innovation is a capability of the firm currently studied by RBV researchers. This capability is a critical driver of sustainable competitive advantage in today's rapidly changing markets, where the continuous

development of new products and processes is the key to survival growth and profitability (Wolff & Pett, 2006).

In the process of defining the innovation capability, a literature review done by Garcia and Calantone (2002) revealed that innovativeness is “an iterative process initiated by the perception of a new market or service opportunity for a technology based invention which leads to development, production and marketing tasks striving for the commercial success of the invention”. From a micro perspective, which is the RBV focus, the innovation capability can be defined as the capacity for a new innovation to influence the firm’s marketing resources, technological resources, skills, knowledge and strategy (Garcia & Calantone, 2002).

When considering external entities influencing a firm, networks and alliances of customers, suppliers, competitors and other non-market participants are a key source of innovations (von Hippel, 1988). They are also an effective means of reducing cost, risk, achieving economics of scale and reducing new product development time. Moreover, cooperation widens the opportunity to access key resources from the firm’s environment, such as information, capital, goods and services which then have the potential to maintain or enhance competitive advantage (Gulati, Nohria & Zaheer, 2000). Therefore, it could be stated that innovation is tied with cooperation, since inter-firm relationships assure the acquisition of resources that improve the innovation capability of the firm.

According to Newbert (2007), firms possess capabilities related to cooperation. Particularly, the customer and supplier relationship building capabilities were highlighted in such study. In a different research, Miltenburg (2009) established the emergence of the network capability, the ability to gradually improve the position of the firm in the network until it

becomes central for all partners involved. However, such capability presented comparability issues concerning two firms on a network with equivalent centrality and differing benefits.

Kale, Dyer and Sing (2002) proposed the alliance capability that rests upon studying how effectively the firm is able to capture, share, and disseminate the alliance management know-how associated with prior experience. However, this study highlights three main issues related to the alliance capability. The first one deals with research presented by Kale et al. (2002), Draulans, deMan and Volberda (2003), characterized by a narrow scope rooted on the analysis of prior experience of alliances provided by organizational learning departments. The second one deals with the association of an alliance capability and firm size, implying the constitution of organizational departments dedicated to the preservation of knowledge from learning experiences. Finally, the third issue deals with the lack of research upon the identification of a link between alliance success and innovation.

In order to avoid comparability issues found in the network capability and the fact that the alliance capability only applies to large firms; this study proposes a new capability called the association capability. Such capability is centered not only in analyzing the acknowledgment of past alliance experience by an specific department but in the ability that each firm has to collaborate with another firm by studying the association at the most basic level and with this being able to also apply to small firms.

Traditionally, the terms of collaborative arrangement, cooperative arrangement, strategic alliances, or coalitions have been used interchangeably (Forrest, 1990). Thus, when studying the association construct, it is preferable to start with the analysis of relationships between actors. In particular, these relationships can be characterized in terms of the strength of their social ties,

their level of trust, and the extent to which they share common processes and values (Kale, Singh & Perlmutter, 2000; Cohen & Prusak, 2001).

The previous elements involved in an association can be applied to the relationship between firms that commonly provide technological and financial resources (Dhanaraj, Steensma & Tihany, 2004). Specifically, their provision of emotional support, managerial expertise, and time is indicative of the strength of social ties between the firms (Kale et al., 2000; Uzzi & Lancaster, 2003). Therefore, this study defines the association capability as the ability of the firm to collaborate with another firm through strengthening their social ties, their trust and the share of common values.

The study of the association capability is relevant in terms of understanding the creation process of effective bridges between the firm and its environment. Additionally, it could aid in the understanding of a positive relation between alliance success and firm's performance that until now has been inconclusive in the literature (Draulans et al., 2003).

Model

The model presented in this study aims to support the proposal of leveraging firms' innovation in developing countries. In that sense, Hobday (2005) highlighted the need of generating models that are tailored made for the distinctive resources and capabilities of the firms found in developing countries. In addition, Hobday stated that innovation is feasible when firms detract from existing models used by leading firms. It is important to mention that for this article the definition of innovation would be described as "the use of new knowledge to offer a new product or service that customers want" (Afuah, 2003).

The model proposed in this study considers SMEs given the significance of the relation between firm size and innovation (Cohen, 1995). Moreover, studying such firms in developing countries is critical due to the fact that they have a low survival rate (Tan, López-Acevedo, 2007). In addition, empirical research suggests that small and medium-sized firms have particular determinants of innovation (Rogers, 2004; Van Dijk et al., 1997) and they are considered in the model.

In order for a leveraging process to take place, literature on innovation stresses that the role of cooperation is vital in overcoming the lack of internal resources (Nieto & Santa Marina, 2010). However, collaborations are not homogenous and their impact is inconclusive. Furthermore, their effect on innovation varies among sectors according to the type of innovation pursued (Freel, 2003). Thus, in order to aim for a better understanding of the effect of collaboration, it is necessary to analyze the association capability that a firm possesses when engaging in a collaborative scheme.

The model proposed in this study is included in figure 1:

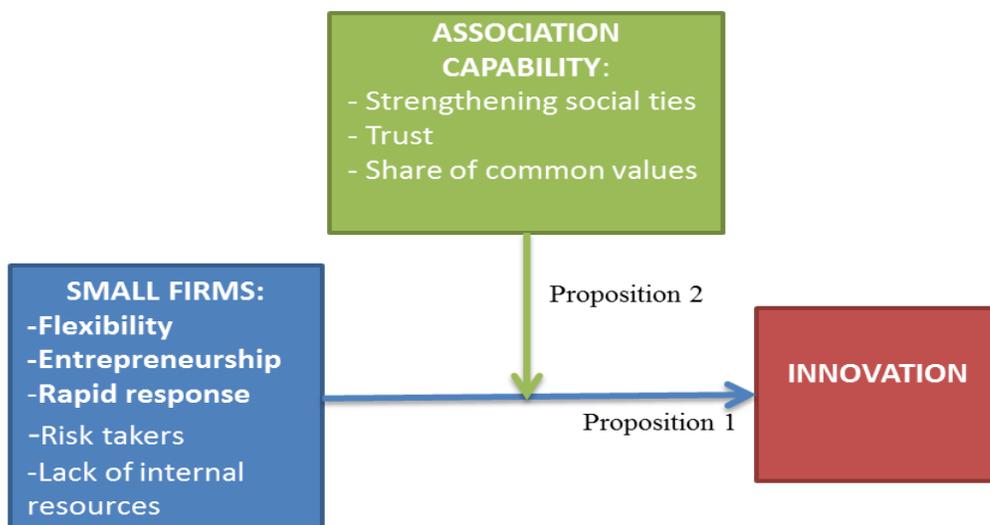


Figure 1. Association Capability and Innovation Model

The principal strengths of SMEs from developing countries lay in behavioral advantages. Specifically, such firms are characterized by flexibility and rapid response to changes in the environment; thus, enhancing innovativeness (Lewin & Massini, 2003). Moreover, SMEs have shown increasing flexibility in production (Fiegenbaum & Karnani, 1991) and price adjustments (MacMillan, Hambrick, & Day, 1982), with enhancing speed (Katz, 1970) and risk-seeking behavior (Hitt, Hoskisson, & Harrison, 1991).

For an SME, organizational flexibility is more attainable than in the case of the Large Enterprise, due to a closer relationship with customers. Similarly, a Small and Medium-Sized Firm could combine production flexibility with product specialization, leaving aside the traditional “push” approach (Brown & Blackmon, 2005). However, a strategy focused on innovation requires a certain level of flexibility regarding organizational structure (Blumentritt & Danis, 2006). Therefore, open communication channels, decentralization with informal decision processes, as well as flexible processes and procedures related to job descriptions, are associated to innovative activities (Mintzberg, 1979).

SMEs are obliged to be entrepreneurial by constantly facing threats and opportunities in order to survive and prosper (Aldrich & Auster, 1986). Uncertain environments force firms to adapt and survive to technological, market or institutional changes (Dobrev & Carroll, 2003). Additionally, such firms often suffer from legitimacy issues (Aldrich & Auster, 1986); and thus, they must develop rapid responses to adapt to highly changing environments (Eisenhardt & Martin, 2000).

By considering the strengths of SMEs and their motivations, the first proposition of the model is established:

Proposition 1: An SME that engages in an innovation process needs to be flexible, entrepreneurial and highly adaptive to the environment.

The first proposition is based on SMEs' aim to achieve sustainable business operations. However, their weaknesses are centered upon the attainability of critical resources often possessed by large firms (Pfeffer & Salancik, 1978) or business groups (Hoskisson, Eden, Lau & Wright, 2000). Thus, SMEs struggle in the allocation of critical resources and capabilities for innovation (Hewitt-Dundas, 2006). In particular, an inter-firm association plays a key role in overcoming the lack of internal resources and in improving innovativeness (Nieto & Santa Marina, 2010).

Association can be defined as a relationship between two actors, where this relationship can be characterized in terms of the strength of their social ties, their level of trust, and the extent to which they share of common processes and values (Kale et al., 2000; Cohen & Prusak, 2001). These characteristics of the association can be applied to the relationship between partner firms. Moreover, several studies have indicated that collaboration is positively and significantly related to the level of product innovation among Small and Medium-sized firms (Hewitt-Dundas, 2006; Nieto & Santamaría, 2010). Therefore, Figure 1 shows that the model considers these three characteristics as critical for this construct.

Large firms commonly provide SMEs with technological and financial resources. However, their provision of emotional support, managerial expertise, and time is indicative of the strength of social ties between partners (Kale et al., 2000; Uzzi & Lancaster, 2003). High levels of interaction, whether face-to-face or mediated through telecommunications, lead to a level of comfort between the parties (Dhanaraj et al., 2004). The strength of such ties between firms can vary because some partners maintain a relatively loose connection and provide scarce

involvement, and communication occurs mainly through formal channels (Dhanaraj et al., 2004). Therefore, associations between SMEs and large firms have a strong social tie when there are high levels of interaction.

Similarly, the level of trust varies between partners. Trust, defined as “the belief that an exchange partner would not act in self-interest at another's expense” (Uzzi, 1997), is crucial in alliances and joint ventures because no contract can cover all the variations and conditions that can occur. Trust allows access to resources and a willingness to work things out through mutual problem-solving (Uzzi, 1997). It signifies a commitment by both entities to avoid taking advantage of the other party's weaknesses (Steensma & Lyles, 2000). Lane et al. (2001) suggest that trust functions as an ongoing social control mechanism and risk reduction device, influencing both the extent of knowledge exchanged and the efficiency with which it is exchanged. Moreover, trust leads to a shared understanding between the managers of the partners firms (Dyer & Nobeoka, 2000).

The implementation of exogenous systems and procedures within the firm not only enhances control, but also ensures that the partner's broad business philosophy is communicated and understood (Uzzi, 1997; Kale et al., 2000). Shared values and systems are created through a process of socialization, whereby a common identity and collective interpretations of reality are formed (Dyer & Nobeoka, 2000).

Shared values and systems help to embed the relationships among the executives of the partner firms with a strong social bond (Dhanaraj et al., 2004). Therefore, it can be stated that the association between an SME and a large firm derives into a strong connection when the former implements some of its partner's systems in order to spark the identification of shared values.

Therefore, the association between SMEs and key partners is critical in order to attain the needed resources for developing innovation. Moreover, an association has three main characteristics, which are strong social ties, trust and share of common values. Considering all of the previously mentioned, it becomes possible to state the second proposition of the model as follows:

Proposition 2: An association with key players in the aim for allocating needed resources moderates the relationship between SMEs and innovation. Moreover, in order to develop the association between the two partners; it is vital to have strong social ties, trust and share of common values.

Methodology

Edmondson and McManus (2007) state that quantitative methods are appropriate for mature theories, while qualitative methods are fit for theories that are emerging. Such differentiation could be useful when addressing the RBV literature as scarce with respect to the association capability (Newbert, 2007). Few researchers provide any evidence beyond a limited number of case studies. For example, Miltenburg (2009) used three cases in order to establish a network capability. Moreover, Newbert (2007) stated that when a new capability emerged, studies usually involved qualitative methodologies.

The method selected for this research is a qualitative case study, an approach that facilitates the exploration of phenomena within its context using a variety of data sources (Baxter & Jack, 2008). Furthermore, Yin (2003) stated that a case study design should be considered if two characteristics are present. First of all, the behavior of those involved in the study could not be manipulated and this is present in the study because the participation in the fulfillment of the innovation guidelines revolves around the owner of the SME and the conduct of the support team

could not be manipulated. Secondly, contextual conditions must be considered due to their relevance in the study of the phenomena, even though boundaries remain unclear. This last feature is also present in this study because the innovative firms in developing countries have certain specific characteristics derived from the context.

Sample

The first step in the construction of a case study is the selection of an SME. A firm can be considered small or medium in terms of sheer organizational size (Chen & Hambrick, 1995). Moreover, the literature establishes the organizational size in terms on the number of employees as a measure for the dimension of the firm; specifically an SME consists of 10 to 49 employees (Wang, Watkins, Harris & Spicer, 2004).

A judgment sampling strategy is present when the researcher actively selects the most productive sample to answer the research question by considering the variables that might influence contribution, the practical knowledge of the research area and the available literature (Marshall, 1996). In particular, for this study the judgement sample is used because it is vital to analyze a firm that develops new products due to the fact that small innovative firms often focus on developing products for certain market niches (Carroll, 1984) and hence tend to make competitive moves by generating partnerships with other firms in order to obtain key resources and enhance swiftness.

This study analyzed a firm called *Ensite*, an innovative IT firm from Monterrey, Mexico. Such firm is considered an SME given its payroll of 40 employees. Moreover, in its early years, the firm was really intensive in product development, launching new different products at a fair price every eight months. Even though the firm had a clear vision of the market opportunity, it struggled due to a lack of operational capacity.

Data was obtained through depth interviews. In addition to the owner, 8 employees belonging to different departments were interviewed in order to have a view of the whole organization. The guide of the interview was based on innovation dimensions, the weight given to the environment, the workforce, costs, and context.

Analysis

The firm's ability to develop products in eight months indicated that the three main innovation characteristics established by Lewin & Massini (2003) were present. The first one was entrepreneurship, since the CEO was the owner and the firm developed a good amount of different new products. The second was flexibility, given that the firm had knowledge of the market and built products with competitive prices. The third one was the rapid response to the environment, proven by the launch of new products every eight months. Additionally, the firm had a specific market niche and it specialized in product innovation, as stated by Pavitt (1991) about innovative SMEs.

After realizing that the firm was innovative, it was imperious to study the role of collaboration in overcoming the lack of resources to innovate. In that sense, Jesus Martinez, the leader responsible of innovation within the firm, expressed the following: "We established strategic alliances with other two firms in order co-invest in a new product development."

Then, the identification of the firm's associative characteristics related to a successful innovative collaboration was performed. In particular, the owner expressed: "it is vital to be open for communication....to be willing to trust....to be eager to have compatibility because for instance we gave courses to the other firm in order that they could have a domain in the use of our software platform with the intention that they could be able to develop from it, ,to be flexible in the agreements so we can make changes whenever it's necessary".

From the statements above, it is possible to observe that the three main characteristics that were defined as the association capability were present. The first one was the willingness to trust in other firm. The second one was the strength of the social ties because it was important to be open to exchange ideas and to have partnership systems that have been tailored to using the systems brought from the other partner. The third one was the share of common values in the part of having flexibility because in here it was important to analyze if the informal agreements have the same significance as formal contracts.

In addition to the successful collaboration, Jesus Martinez established that there was one unsuccessful alliance due to government regulatory changes related to electronic accounting. The owner and five other employees stated that “now they are renewing the bond because they use the same software and they have a working compatibility”. From these statements it is possible to observe that the association capability is present because compatibility can be related to the share of common values and the strength of social ties due to the use of the same software. Opposite to previous beliefs, this study proposes that firms that experience past abandonment would be more likely to introduce an improved product innovation at a later time if they have an association capability.

Discussion, limitations and future directions

From the case study, it is possible to establish that the characteristics of the association capability were present in a successful partnering. Specifically, if the SME is characterized as entrepreneurial, flexible, and adaptive to the environment, the association capability can leverage the innovation related to the new product development.

In a deeper overview it is possible to realize that even though innovation abandonment is often considered as a negative experience, it is feasible to detect from the example that the

association capability can motivate small firms to introduce a new product innovation in the future. Therefore, the association capability has a direct affect in innovation that can transcend into past negative experience such as innovation abandonment and future innovation as well.

Although this research is limited as portraying a singular case study applying to an SME, the novelty of the association capability suggests the need for qualitative approaches. Moreover, this study proposes two future research lines. The first one could be based on the impact that the association capability could have in the re-installment of innovation endeavors that were abandoned by former partners. The second one could be focused on the impact of the moderating role that the association capability could have in the development of innovation by large firms. Such firms have advantages of scale, scope provided by the possession of better equipment for the innovations, experience, brand name, recognition, market power, inertia and risk aversion (Cohen & Klepper, 1992; Woo & Cooper, 1981).

Conclusions

This study provided a conceptual qualitative research that focuses in the association capability, being the ability of a firm to collaborate with another firm. Implications for practitioners in developing countries rely in the distinctive strategies for success that rely on the way that a firm exploits its association capability in order to enhance innovation. Additionally, the model has taken into account the determinants of innovation for SMEs. This is transcendental in developing countries like Mexico where SMEs represent 99.7% of the business units in the country (INEGI, 2010). Moreover, theoretical implications consist on the addition of such capability to the RBV perspective.

Finally, limitations are based on a single case study. Thus, an in depth analysis is needed in order to understand the boundaries of the association capability. Furthermore, this study

proposes that future lines of research are related to developing the association capability scope in qualitative studies and the possibility of strengthening the model by analyzing the role of the association capability in large firms with differing characteristics.

References

- Afuah, A. (2003) Models of innovation. In Afuah, A. *Innovation management. Strategies, implementation, and profits* (pp. 13-46). New York: Oxford University Press.
- Aldrich, H. E., & Auster, E. (1986). Even dwarfs started small: Liabilities of size and age and their strategic implications. *Research in Organizational Behavior*, 8, 165-198.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baxter, P. & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544-559.
- Blumentritt, T., & Danis, W. (2006). Business strategy types and innovative practices. *Journal of Managerial Issues* (18), 274-291.
- Carroll, G. R. (1984). The specialist strategy. *California Management Review*, 26(3), 126-137.
- Chen, M.J. & Hambrick, D.C. (1995). Speed, Stealth, and Selective Attack: How Small Firms Differ from Large Firms in Competitive Behavior. *Academy of Management Journal*, 38 (2), 453-482.
- Cohen, W.M. (1995). *Empirical studies of innovative activity*. In Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change. Ed P. Stoneman. Oxford: Blackwell, 182-26
- Cohen, W.M. & Klepper, S. (1992). The Anatomy of Industry R&D Intensity Distributions. *American Economic Review*, 82 (4), 773-799.
- Cohen, D. & Prusak, L., (2001). In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work, HBS Press: Boston, MA.
- Dhanaraj, C., Lyles, M.A., Steensma, K., & Tihanyi, L. (2004). Managing Tacit and Explicit Knowledge Transfer in IJVs: The Role of Relational Embeddedness and the Impact on Performance. *Journal of International Business Studies*, 35(5), 428-442.
- Dobrev, S. D., & Carroll, G. R. (2003). Size (and competition) among organizations: Modeling scale-based selection among automobile producers in four major countries, 1885-1981. *Strategic Management Journal*, 541-558.
- Draulans, J., DeMan, A.P. & Volberda, H.W. (2003). Building alliance capability: Management techniques for superior alliance performance. *Long Range Planning*, 36, 151-166.
- Edmondson, A.C & McManus, S.E. (2007). Methodological fit in management field research. *Academy of Management Review*, 32(4), 1155-1179.
- Eisenhardt, K. & Martin, J. (2000). Dynamic Capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21, 1105-1121.
- Fiegenbaum, A., & Karnani, A. (1991). Output flexibility-A competitive advantage for small firms. *Strategic Management Journal*, 12(2), 101-114.
- Forrest, J. E. (1990). Strategic alliances and the small technology-based firm. *Journal of Small Business Management*, 28(3), 37-45.

- Freel, M. S. (2003). Sectoral patterns of small firm innovation, networking and proximity. *Research Policy*, 32 (5), 751-770.
- Garcia, R. & Calantone, R. (2002). A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review. *Journal of Product Innovation Management*, 19(2), 110-132.
- Goes, J., B., & Park, S. H. (1997). Interorganizational links and innovation: The case of hospital services. *Academy of Management Journal*, 40, 673-687.
- Grant, R.M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(2), 109-122.
- Gulati, R., Nohria, N. & Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 21(3), 203-215.
- Hewitt-Dundas, N. (2006). Resource and Capability Constraints to Innovation in Small and Large Plants. *Small Business Economics*, 26 (3), 257-277.
- Hoskisson, R. E., Eden, L., Lau, C. M., & Wright, M. (2000), Strategy in emerging economies. *Academy of Management Journal*, 43, 3, 249-267.
- Hitt, M. A., Hoskisson, R. E., & Harrison, J. S. (1991). Strategic competitiveness in the 1990s: Challenges and opportunities for U.S. executives. *Academy of Management Executive*, 5(2), 7-22.
- Hobday, M. (2005). Firm-level innovation models: Perspectives on research in developed and developing countries. *Technology Analysis & Strategic Management*, 17(2), 121-146.
- INEGI (2010). Censos Económicos 2009. Available in: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/default.asp?s=est&c=14220>
- Kale, P., Dyer, J.H. & Singh, H. (2002). Alliance capability, stock market response, and long-term alliance success: The role of the alliance function. *Strategic Management Journal*, 23(8), 747-767.
- Kale, P., Singh, H. & Perlmutter, H., (2000). Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: building relational capital. *Strategic Management Journal*, 21(1), 217-237.
- Katz, R. L. (1970). *Cases and concepts in corporate strategy*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kogut, B. & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities and the replication of technology. *Organization Science*, 3(3), 383-397.
- Lane, P.J., Salk, J.E. & Lyles, M.A. (2001). Absorptive capacity, learning and performance in international joint ventures. *Strategic Management Journal*, 22, 1139-1161.
- Lewin, A.Y. & Massini, S. (2003). Knowledge creation and organizational capabilities of innovating and imitating firms. In *Organizations as Knowledge Systems*. Eds. Tsoukas, H. and Mylonopoulos. New York: Palgrave, 209-237.
- MacMillan, I. C., Hambrick, D. C., & Day, D. L. (1982). The product portfolio and profitability-A PIMS-based analysis of industrial-product businesses. *Academy of Management Journal*, 25(4), 733-755.
- Marshall, M.N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice*, 13(6), 522-526.
- Miltenburg, J. (2009). Setting manufacturing strategy for a company's international manufacturing network. *International Journal of Production Research*, 47 (22), 6179-6203.
- Mintzberg, H. (1979). *Structuring of Organizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Newbert, S.L. (2007). Empirical research on the resource-based view of the firm: an assessment and suggestions for future research. *Strategic Management Journal*, 28(1), 121-146.
- Nielsen, R. P. (1988). Cooperative strategy. *Strategic Management Journal*, 9(1), 475-492.
- Nieto, M.J. & Santamaria, L. (2010). Technological collaboration: Bridging the innovation gap between small and large firms. *Journal of Small Business Management*, 48, 44-69.
- Pavitt, K. (1991). Key Characteristics of the Large Innovating Firm. *British Journal of Management*, 2, 41-50.
- Pfeffer, J., & Salancik, G., (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Pearson Education Inc., New York.
- Priem, R.L. & Butler, J.E. (2001). Is the resource based view a useful perspective for strategic management research?. *Academy of Management Review*, 26, 22-40.
- Rogers, M. (2004). Networks, Firm Size and Innovation. *Small Business Economics*, 22 (2), 141-153.
- Steensma, K. & Lyles, MA (2000). Explaining IJV survival in a transitional economy through social exchange and knowledge-based perspectives. *Strategic Management Journal*, 21(8), 831-852.
- Tan H., López-Acevedo G., Flores R., Rubio S., Slota E., Tinajero M., Beker G. (2007). Evaluando los programas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas en México”, Banco Mundial, Washington.
- Tsai, K-H. & Wang, J-C. (2005).** Does R&D performance decline with firm size? A re-examination in terms of elasticity. *Research Policy*, 34 (6), 966-976.
- Uzzi, B., (1997). Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 4(2), 35-67.
- Uzzi, B. & Lancaster, R., (2003). Relational embeddedness and learning: the case of bank loan managers and their clients. *Management Science*, 49(4), 383-399.
- Van Dijk, B.; Den Hertog, R., Menkveld, B. & Thurik, R. (1997). Some New Evidence on the Determinants of Large- and Small-Firm Innovation. *Small Business Economics*, 9 (4), 335-343.
- von Hippel, E. (1988) *The Sources of Innovation*. New York: Oxford University Press.
- Wang, Y., Watkins, D., Harris, N. & Spicer, K. (2004). The relationship between succession issues and business performance: Evidence from UK family SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10 (2), 59-84/
- Wolff, J.A. & Pett, T.L. (2006). Small-Firm Performance: Modeling the Role of Product and Process Improvements. *Journal of Small Business Management*, 44 (2), 268–284.
- Woo, C. Y., & Cooper, A. C. (1981). Strategies of effective low share businesses. *Strategic Management Journal*, 2(3), 301-318.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed.). Thousand Oaks CA, USA: Sage.



FACTORES DETERMINANTES EN LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN (TI) EN LAS PYMES.

Autor: Mtro. Ricardo Aguirre Choix.

Institución: Universidad autónoma de Nuevo León.

Dirección: Santa Cecilia #2417. Fracc. El campanario. Cd. Obregón, Sonora.

Correo: choixricardo@gmail.com

Nacionalidad: Mexicano.

Área: Innovación en las organizaciones.

Especialidad: Tecnologías de información para la toma de decisiones.

Autor: Mtro. Roberto Ruiz Perez

Institución: Universidad autónoma de Nuevo León.

Dirección: Tamaulipas 43 entre Guerrero y Zaragoza. Esperanza, Sonora.

Correo: ruizperezroberto@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicano.

Área: Innovación en las organizaciones.

Especialidad: Tecnologías de información para la toma de decisiones.

Autor: Dra. María Elvira López Parra

Institución: Instituto Tecnológico de Sonora

Dirección: % de Febrero #818 sur. Col. Centro. Cd. Obregón, Sonora.

Correo: melopez@itson.edu.mx

Nacionalidad: Mexicana.

Área: Innovación en las organizaciones.

Especialidad: Tecnologías de información para la toma de decisiones.

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 14/Mayo/2015

Resumen

Las investigaciones sobre la adopción de Tecnologías de Información (TI) en grandes empresas o incluso en las empresas industriales es más abundante comparado con los estudios realizados en las Pequeñas y medianas Empresas (Pymes), una de las características de dichas empresas es que cuentan con recursos limitados, capacidades tecnológicas restringidas y en ocasiones con ideas al cambio poco flexibles. Este artículo de investigación es de carácter documental y bibliográfico, además pretende proponer un marco de referencia que ayude el análisis de las pymes para mejorar su personal con habilidades en uso de tecnologías y con cierta infraestructura con capacidad para la inversión con el fin de incentivar los factores determinantes en la adopción de tecnologías de información. Los hallazgos encontrados, los autores afirman que es necesario seguir investigando sobre las causas del éxito o el fracaso de la aceptación de las TI sobre todo en las pymes.

Palabras clave: Factores de adopción, Adopción Tecnológica, Tecnología de Información (TI).

Introducción

Los cambios en la ciencia del siglo XXI han originado una tercera revolución industrial: “Las nuevas tecnologías” y el capital humano idóneo, han favorecido la globalización del conocimiento, lo que ha provocado que la competencia se intensifique y que la innovación se convierta en un elemento esencial para lograr mayores niveles de competitividad. En este contexto de gran complejidad, pocas empresas poseen los recursos suficientes para configurar su cadena de valor con bastante independencia. En gran medida, el hecho de que las pymes cuentan con recursos limitados, capacidades tecnológicas restringidas y en ocasiones con ideas al cambio poco flexibles (Consoli, 2012; Tello, 2007). Estas empresas requieren mejorar su personal con

habilidades de TI, cierta infraestructura y la capacidad para la inversión (Taruté y Gatautis, 2014).

Por lo antes expuesto, los autores recomiendan mejorar los niveles de adopción de (TI) a través de propuestas metodológicas que incentiven el proceso en las Pymes, esto es una respuesta directa a estos desafíos estratégicos, convirtiéndose en una opción eficiente e intermedia, entre el mercado y la integración de las actividades dentro de la propia empresa, que permite a las organizaciones alcanzar niveles superiores de conocimiento y competitividad, al mismo tiempo que reducen las posibilidades de fracaso al compartir costos y riesgos (Cataldo y Muñoz, 2015).

Las pymes no están exentas de subirse al barco del conocimiento y de la innovación tecnológica, razón por la cual el auge de estas empresas desde los años setenta ha sido la respuesta a la crisis económica global, el cual ha tenido un impacto significativo, en la producción y el crecimiento social alrededor del mundo, mismo que parece ser un competente clave para la globalización: la consecuencia de la evolución económica y social que se gestó durante siglos (Forsman, 2011).

A pesar de esta gran diversidad de modelos o enfoques hay algo en lo que la literatura coincide casi de forma unánime; (Davis, 1989) esto es, para que una metodológica sea adoptada con éxito debe existir un rol activo de la gerencia. De acuerdo con el autor esta afirmación también es aplicada en las pequeñas y medianas empresas (Chan y Reich, 2007).

Dicho lo anterior el propósito central de la presente propuesta es: Identificar factores que incentiven la adopción de tecnologías de información en las empresas pymes mediante el análisis documental sobre definiciones de adopción de TI, describir las principales teorías y las características de su implementación y las brechas del conocimiento sobre adopción de TI.

Marco teórico

En el siguiente apartado se muestra información que sirve de insumo para la comprensión del fenómeno a estudiar. Se enlistan conceptos que formalizarán y se enlazan los modelos de adopción de TI, los factores, características, barreras internas y externas de su implementación.

La adopción de TI en las Pymes DEFINIR EL CONCEPTO DE ADOPCION DE TI

La presente propuesta de investigación se centra en identificar en términos generales, algunos factores que pueden incidir en la adopción o rechazo de TI. Las empresas que han implementado TI tienen aún dificultades, ya que deben asegurarse de que el proceso se efectúe de forma eficiente y además en la mayoría de los casos, se requiere más inversión por parte de las empresas en la adquisición de tecnologías (Arenas y Rojas, 2013).

Además, tratar de entender por qué las empresas adoptan determinadas tecnologías ha sido un problema desde diferentes puntos de vista. En la literatura un número de modelos y teorías han sido propuestos para explicar el problema (Cataldo y Muñoz, 2015). La teoría sobre un modelo de adopción de Tecnologías de Información es variada, diversos enfoques han sido usados para determinar cuáles son los factores claves de éxito de adopción de sistemas en las organizaciones (Chan y Reich, 2007).

Así mismo diversos enfoques y modelos han determinado los factores claves de éxito en la adopción de metodología en las empresas, mismos que se describen en el marco teórico. A pesar de esta gran diversidad de enfoques en lo que la literatura relacionada coincide, para que un sistema sea adoptado exitosamente las empresas debe contar con ciertos recursos, personal capacitado, cierta infraestructura (Consoli, 2012; Martin, Ciovica y Cristescu, 2013).

La descripción de los procesos que conducen a las intenciones de aceptar o rechazar las tecnologías a través de medidas evaluadoras de calidad y de las necesidades del trabajo, el propietario o gerente juega un rol importante en su implementación y para que dicho sistema sea implementado con éxito deben contar con un mecanismo confiable, donde unas de las características de dichas empresas requieren mejor personal con habilidades de TI y cierta infraestructura y capacidad para la inversión (López-Bonilla y López-Bonilla, 2011; Álvarez, Cataldo y Zambra, 2014; Arenas y Rojas, 2014; Taruté y Gatautis, 2014).

Los estudios realizados basados en el modelo de aceptación de la tecnología y en las diferentes metodologías, los autores han utilizado investigaciones de otros autores, sin embargo deben ser adaptados específicamente a las características del contexto y de la muestra, por lo que aplicado en esta investigación, ofrece poca posibilidad de generalizarse a otras muestras y poblaciones, teniendo que generarse nuevos ítems al inicio de cada investigación (López-Bonilla y López Bonilla, 2011). Una de estas oportunidades es el estudio de adopción de TI en las Pymes (Álvarez et al., 2014). Los resultados se presentan más adelante.

Dada la trascendencia e importancia de la implementación de una metodología eficiente en la adopción de TI en los procesos en organización, los autores invitan a desarrollar nuevas teorías con el fin de cerrar cada vez más la brecha, o en su defecto, guiar nuevas investigaciones futuras.

Concepto y características de adopción de tecnología de información en las pymes

La adopción de TI es considerada como una fuente de negocios para competir en una escala no solo a nivel nacional, sino a nivel global, con eficiencia y una obtener una relación cerca con los clientes y proveedores. Además la adopción de TI con su implementación ofrece

mejores servicios y apoya a explorar nuevas oportunidades de negocios (Taruté y Gatautis, 2014).

En función de obtener los beneficios sobre la adopción de TI y ofrecer mejores servicios para explorar nuevas oportunidades de negocio, deben incluir las empresas al menos tres condiciones, mismas que se mencionan en la figura 1.

En este mismo sentido en la investigación científica denominada “*ICT impact on SMEs performance*” (Impacto de las TIC en el desempeño de las Pequeñas y Medianas Empresas) donde se comprueba que además de las tres condiciones antes mencionadas, existen otras relacionadas con la empresa y con el staff que va usar las TI, estas son: Factores relacionados con la compañía y factores relacionados con el entorno donde la compañía opera (Taruté y Gatautis, 2014).

Figura 1. Condiciones de los beneficios de adopción de TI



Fuente: Elaboración propia sobre el análisis de las condiciones de adopción de TI.

Adicionalmente a lo antes expuesto y después de realizar múltiples análisis de regresión en sus estudios donde examinaron la relación entre la adopción de TI en las empresas y sus

factores que influyen, los autores afirman que estos elementos son significantes en el proceso de adopción de TI los cuales son: Habilidades y conocimiento en TI y apoyos por parte del gobierno (Alam y Noor, 2009).

Barreras internas y externas en la adopción de tecnología de información en las pymes

Es importante mencionar que las pymes no explotan completamente su potencial como lo hacen las grandes empresas, ya que estas cuentan con alta capacidad de inversión a diferencia de las pymes, estas se enfrentan a barreras internas y externas en la adopción de TI, dichas barreras van en función de sus recursos limitados, sus capacidades tecnológicas sencillas y menos complicadas y además flexibles para un cambio (Consoli, 2012).

Tabla 1. Barreras internas y externas de adopción de TI

Barreras internas	Barreras externas
Características del dueño o gerente	Infraestructura
Características de la empresa	Barreras sociales
Adopción e implementación de costos	Barreras culturales
Retorno de la inversión	Barreras políticas, regulatorias y legales

Fuente: (Ashrafi y Murtaza, 2008)

En la tabla 1 se muestran las principales barreras internas y externas de adopción de TI en las empresas. Las barreras externas usualmente son causadas por cuestiones políticas o problemas culturales, mientras tanto las barreras internas son usualmente pueden ser modificadas o cambiadas debido al proceso interno de la empresa.

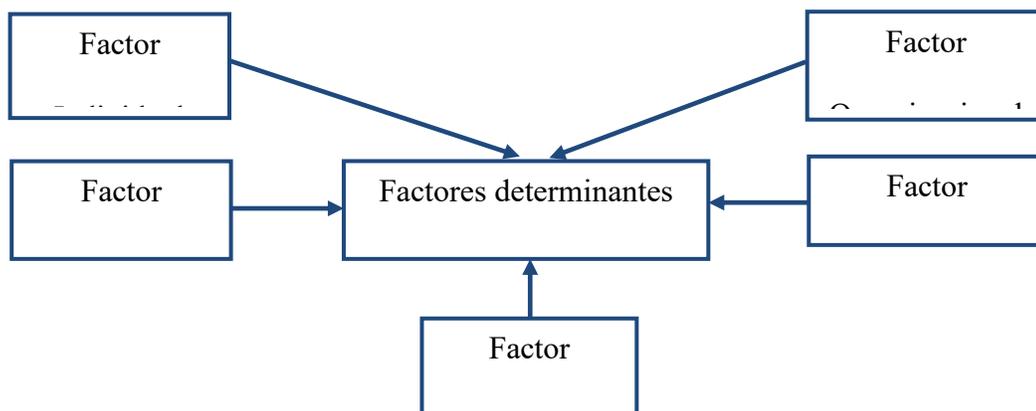
Factores determinantes en la adopción de TI

Como se mencionó en las características de adopción de TI Consoli (2012) también afirma que las pymes cuentan con recursos limitados, cuentan con estructura en tecnología menos complicada y además les permite a estas empresas ser flexibles a los cambios. Además presenta factores inhibidores que no estimulan la inversión en TI, los cuales se mencionan a continuación:

- Financieros: alta inversión inicial y dificultad para contar con acceso a créditos.
- Infraestructura: problemas de energía eléctrica, banda ancha y conexión confiable a internet.
- Organizacional: carencia de personal capacitado
- Tecnológico: Adecuada aplicación de la tecnología con el personal y un inadecuado entrenamiento.

Es por ello la importancia de analizar los factores que determinan la adopción de TI, donde se afirma que los beneficios y ventajas de la TI ocurren después de un periodo de tiempo de implementación (Consoli, 2012).

Figura 2. Factores que determinan la adopción de TI en las empresas



Fuente: (Skoko, H., Buerki, L., y Ceric, A, 2007; Consoli, 2012).

Los autores muestran los factores determinantes de adopción de TI, y además los describen a continuación:

1. Factor individual: alto compromiso por parte de la gerencia, rasgos del personal, cultura sobre los sistemas de información, alto nivel de habilidades, aplicación del proceso aprender – hacer.
2. Factor organizacional: tamaño de las empresas, capital humano, cultura organizacional y participación de los trabajadores.
3. Factor ambiental: Presión de la competencia, requerimientos de innovación por parte de los clientes y políticas públicas.
4. Factor tecnológico: tecnología existente.
5. Factor económico: costos macroeconómicos.

Modelos de adopción de tecnologías de información

Tratar de entender por qué los usuarios adoptan determinadas tecnologías ha sido un problema desde diferentes puntos de vista. En la literatura un número de modelos y teorías han sido propuestos para explicar el problema por ejemplo, el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) y la Teoría Unificada de Adopción y Uso de Tecnologías de Información (UTAUT), han sido ampliamente analizados por los investigadores (Cataldo y Muñoz, 2015)

La teoría sobre un modelo de adopción de Tecnologías de Información es variada, diversos enfoques han sido usados para determinar cuáles son los factores claves de éxito de adopción de sistemas en las organizaciones, donde además surgen dos nuevos modelos TAM2 y TAM3 y el UTAUT2. A pesar de esta gran diversidad de modelos o enfoques hay algo en lo que la literatura coincide casi de forma unánime; (Davis, 1989) esto es, para que una metodología

sea adoptada con éxito debe existir un rol activo de la gerencia. De acuerdo con el autor esta afirmación también es aplicada para las pequeñas y medianas empresas (Chan y Reich, 2007).

Aunque todos los modelos de adopción de TI en las empresas coinciden en rol activo de la gerencia, ellos asocian directamente con el propietario de la misma; es decir la participación del gerente-propietario depende de la implementación de una TI la que asegure el éxito o fracaso de adopción (Blili y Raymond, 1993).

Existe investigación sobre la aceptación de TI pero aun parece haber limitaciones con los modelos existentes y oportunidades de perfeccionamiento y ampliación de estas teorías. Una de esas oportunidades es el estudio de adopción en las pequeñas y medianas empresas, ya que autores han argumentado que se necesita más investigación en ese tipo de organizaciones debido a sus características especiales (Álvarez et al., 2014).

Se han desarrollado y utilizado numerosos modelos de adopción en la literatura, sin embargo, hay quien sostiene que existe poca evidencia empírica que apoye a dichos procesos propuestos. Entre los autores pioneros en la materia y quizá el más conocido, destaca Rogers en 1962, adoptó el modelo de adopción de la literatura de la sociología. En 1995 modificó el mismo proceso y lo aplicó en productos industriales (López-Bonilla y López Bonilla, 2011).

En consecuencia para efectos de la presente propuesta de investigación se tomaran como referencia el modelo TAM y UTAUT ya que son los modelos más destacados según los autores, mismos que se describirán a continuación:

Modelo de aceptación de la tecnología (TAM)

El modelo de aceptación de la tecnología (TAM) es probablemente el que goza de mayor reconocimiento en la literatura sobre adopción en esta última década, siendo uno de los más citados, sino también un auténtico inspirador de la creación de otros modelos. Este modelo fue diseñado para realizar medidas evaluadoras de la calidad de los sistemas de información y de su adopción a las necesidades del trabajo y, por lo tanto, se utiliza para hacer predicciones de aceptación y uso de nuevas tecnologías, donde además buscan la identificación de los atributos que conducen al éxito de los sistemas de información de las empresas, tomando como medida la satisfacción de los usuarios (López-Bonilla y López Bonilla, 2011).

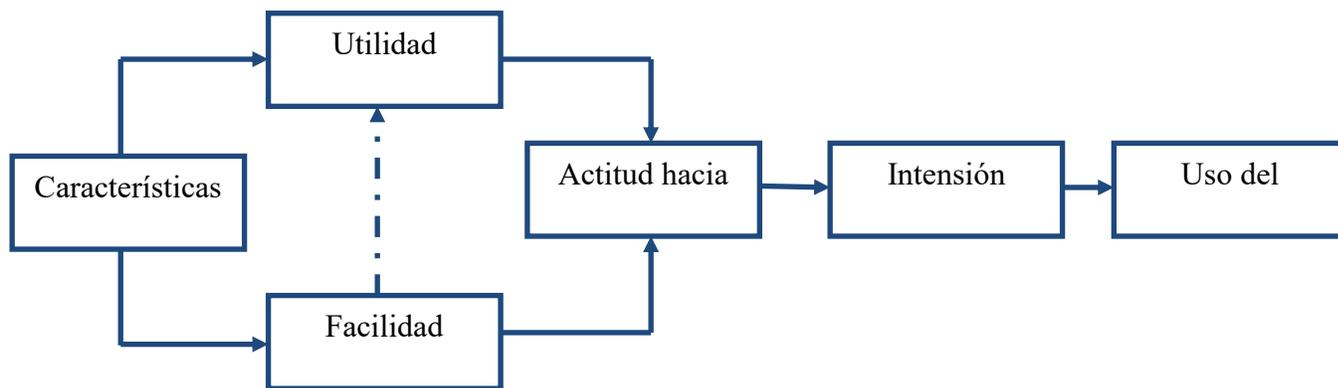
El modelo (TAM) está basado en la Teoría de la Acción Razonada y en su metodología de los valores esperados, esta teoría debe adaptarse específicamente a las características del contexto y de la muestra, por lo que los instrumentos utilizados en las encuestas y en las investigaciones ofrecen poca posibilidad de generalizarse a otras muestras y poblaciones teniendo que generarse nuevos ítems al inicio de cada investigación. Además la necesidad de crear creencias particulares para cada estudio, conforme a la metodología que usa la Teoría de la Acción Razonada, es uno de los mayores inconvenientes de este modelo (Davis, 1989).

Según Davis (1989) este modelo está diseñado para predecir el uso de los sistemas informáticos en las empresas. Por ello, el determinante principal para realizar o no la adopción, la utilidad percibida se centra en aspectos relativos al rendimiento (productividad y eficiencia).

El modelo TAM (ver figura 3) se hizo famoso a raíz debido a que sus escalas de medida predecían la aceptación de los usuarios mostrando unas propiedades psicométricas fuertes, se adaptaba a las necesidades de las investigaciones sobre sistemas de información y era fácil de administrar (un total de 21 ítems). Aunque quizá lo más importante sea que ha permitido la

comparación sin complicaciones de diferentes sistemas de información (López-Bonilla y López Bonilla, 2011).

Figura 3. Modelo de aceptación de la Tecnología (TAM)



Fuente: (Davis, 1989).

Modelo de la Teoría Unificada de Adopción y Uso de Tecnologías de Información (UTAUT)

La investigación acerca de los factores determinantes de la adopción de TI ha sido abundante, modelos como el TAM y UTAUT, entre otros han sido ampliamente analizados y divulgados por los autores.

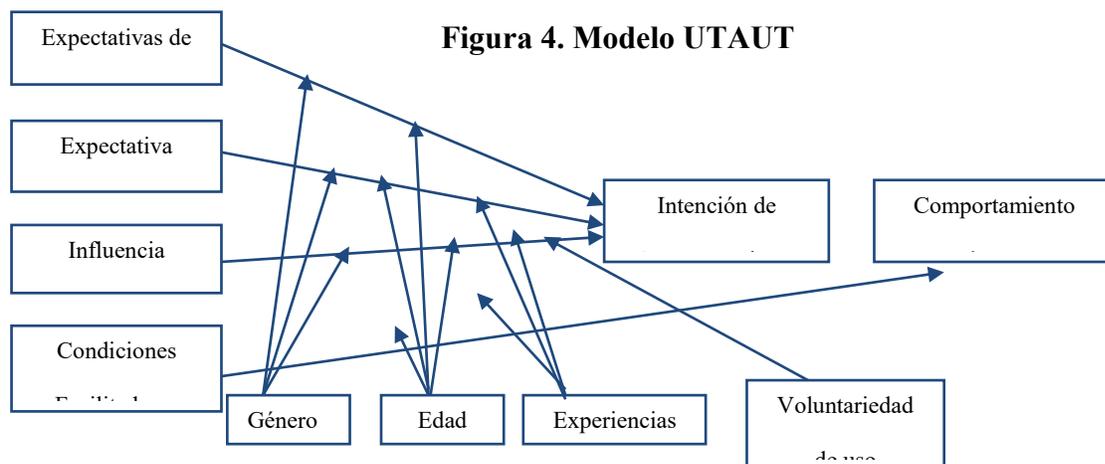
El modelo UTAUT fue desarrollado por Venkatesh en el 2003, identificado por tres razones: primero, una propuesta actualizada en el 2012, segundo, es uno de los que mejor explica la adopción de un sistema llegando a niveles de predictibilidad sobre el 70%. Por último, es uno de los más completos al agregar diversos constructos provenientes o adoptados de otras ocho teorías previas. El modelo UTAUT se usó para explicar porque se adoptan TI en las empresas, el cual se puede comprobar en el trabajo de investigación de Venkatesh denominado “*User acceptance of information technology: Toward a unified view*” (La aceptación de tecnología de

información: hacia una visión unificada) aplicada a la presente propuesta de investigación, esta teoría sostiene la explicación de adopción de una nueva tecnología (Cataldo y Muñoz, 2015).

A pesar de la gran cantidad de trabajos realizados al estudio de la aceptación tecnológica y sus modelos, entre ellos existe un evidente sesgo hacia la investigación cuantitativa, por lo menos así lo afirma críticamente Benbasat y Barki (2007) donde afirmaban el estado de comodidad, seguridad y el menor riesgo dentro de los confines al status quo. En ese mismo sentido Wu (2012) afirma que han seducido a los investigadores en dejar pasar la falacia de la simplicidad.

El problema de este sesgo, es que estudios basados en encuestas limitan la comprensión del fenómeno de aceptación. En efecto, el enfoque positivista ha sido ampliamente criticado debido a que es débil para tratar de entender por qué un fenómeno ocurre o cómo es que este pasa (Bryman y Bell, 2007).

En general el modelo UTAUT establece que cuatro constructos principales son directos determinantes de la intención del comportamiento, las cuales son: Expectativas de rendimiento, expectativa de esfuerzo social, influencia social y condiciones facilitadoras. Además estos constructos están moderados por: género, edad, experiencia y voluntariedad de uso (figura 4) (Venkatesh, Morris, Davis y Davis, 2003).



Fuente: (Venkatesh et al., 2003)

Como se observa en la figura 4, este modelo explica setenta por ciento de la varianza de la intención de uso. Esto lo coloca por sobre otros modelos más populares como TAM (Wu, 2012). Recientemente una adaptación de ATAUT fue presentada para explicar la adopción de una nueva tecnología en el contexto de un consumidor de tecnologías. Como sería el caso cuando una persona adopta internet móvil. Este modelo fue llamado UTAUT2 (Venkatesh, Thong, y Xu, 2012).

Método

La presente propuesta de investigación documental la cual pretende Identificar factores que incentiven la adopción de tecnologías de información en los procesos organizacionales con revisión de literatura en base de datos científicas extrayendo los elementos conceptuales que se adecuaran al fenómeno tales como: Definiciones de adopción de TI, las principales teorías utilizadas por los autores y las características de dichas teorías.

El proceso metodológico llevado a cabo para este artículo de investigación fue como sigue: Revisión de la literatura para el análisis del concepto de adopción de tecnología de información. Así mismo se realizó representación gráfica (figura 2) sobre los factores que

determinan la adopción de TI en las empresas, donde además se identificaron las características de los modelos en adopción de TI más utilizadas en los últimos tiempos por lo autores.

Se mostraron los resultados obtenidos de la revisión literaria de diferentes artículos de revistas indexadas nacionales como internacionales y además donde resaltan las brechas del conocimiento, mismas que darán soporte o sustento a la variable objeto de estudio.

Resultados

En función a la revisión de literatura y al análisis realizado sobre los factores determinantes de adopción de TI en las pymes se pueden mencionar los siguientes resultados:

- El proceso de adopción de TI es complejo y se podrá llevar a cabo dependiendo de lo siguiente: las condiciones de la empresa (sensibilidad y compromisos de las estrategias empresariales), las condiciones organizacionales (persistencia de TI, gerente y departamento de TI), las condiciones gerenciales (apropiado capital humano capacitado en TI) (Dyerson y Spinelli, 2011). Donde Ashrafi y Murtaza (2008) los llaman barreras de adopción de TI.
- Según Jones, Alderete y Motta (2009) aseguran que existen factores que inciden satisfactoriamente en la adopción de TI en las empresas analizadas en su investigación siempre y cuando se tome en cuenta el tamaño de la muestra y donde se sugiere que la dicha muestra sea de tal manera que permita obtener resultados con mayor estabilidad
- Gálvez, Riascos y Contreras (2014) Creen pertinente concientizar al empresario referente al bajo nivel de utilización de TI y motivarlos para que participen en programas gubernamentales de apoyo para la implementación y aprovechamiento de estas herramientas tales como: apoyos

federales, recursos de entidades privadas, así como los apoyos que ofrecen las universidades de la región.

- Finalmente tomando como referencia los resultados presentados en su investigación sobre la teoría de un modelo de adopción de Tecnologías de Información es variada (Cataldo y Muñoz, 2015), además diversos enfoques han sido usados para determinar cuáles son los factores claves de éxito de adopción de sistemas en las organizaciones (Chan y Reich, 2007).
- Arenas y Rojas (2013) sugieren realizar estudios que permitan identificar cuáles son las TI adecuadas para el proceso de negociación en las operaciones para las empresas de acuerdo con sus circunstancias y necesidades específicas y de esta forma crear modelos que faciliten y orienten a las empresas a elegir correctamente las TI para su implementación.

Conclusiones

En función al propósito de la presente propuesta fue identificar factores que incentiven la adopción de tecnologías de información donde se obtuvieron los siguientes resultados en función a la revisión bibliográfica sobre la variable objeto de estudio y a las brechas literarias encontradas mismas que se muestran a continuación:

Según Álvarez et al. (2014), afirman que el modelo de aceptación tecnológica no podrían ser generalizados a una población más amplia. Por lo tanto, son necesarios más estudios para validar o ampliar los resultados de esta investigación. En particular, es necesario seguir investigando sobre las causas del éxito o el fracaso de la aceptación de las TI sobre todo en las pymes.

En su investigación Consoli (2012) afirma que las compañías después de cierto tiempo, innovan sus sistemas de información por diferentes razones, como por ejemplo: inadecuados sistemas computacionales, carencia de integración de los grupos que manejan, y unas características primordiales para que una compañía adopte TI dependerá de la localización de la empresa, así como la automatización de los clientes.

Gálvez et al. (2014) afirman que el grado de disponibilidad y utilización de TI en las empresas es bajo, demostrando una desventaja competitiva en un entorno que demanda nacional como internacional.

Filgueiras y Castro (2012), afirman que las empresas necesitan en primer lugar una actitud de innovación, que establece la intención de aplicar y explotar el conocimiento para lograr un resultado superior, adaptarse y evolucionar a futuro, ésta intención dependerá de la cultura, el contexto en el que se aplique y en función a la estrategia previa dentro de las empresas.

Ugalde, Balbastre y Canet (2014), afirman que existe una relación positiva entre el capital humano y el éxito de implementación de la innovación. Esto puede causar un impacto en las pymes, ya que una de las características de estas empresas cuentan con estructuras flexibles a diferencia de las grandes organizaciones, afirmar que es más fácil crear una atmosfera conducida a la innovación, donde además debe existir una relación con el capital humano de la empresa.

Consoli (2012) en su investigación denominada "*Literature analysis on determinant factors and the impact of ICT in SMEs*", (Análisis literario sobre los factores determinantes del impacto de las TIC en las pequeñas y medianas empresas) afirma que los beneficios/ventajas de aplicación de TI, pueden ocurrir después en un periodo de tiempo de su adopción, los beneficios son: rendimiento, crecimiento, expansión y nuevos productos o servicios.

También Bayo y López (2007), en su *investigación “A firm-level analysis of determinants of ICT adoption in Spain”* (Un análisis a nivel empresa de los determinantes de adopción de TIC en España) han analizado y concluido que existen cinco factores para el desarrollo metodológico de TI: el entorno, la característica estructural de la empresa, el capital humano, las estrategias competitivas y la estructura organizacional.

Jones et al. (2009) aseguran que existen factores que inciden satisfactoriamente en la adopción de TI en las empresas analizadas siempre y cuando se tome en cuenta el tamaño de la muestra y donde se sugiere que la muestra sea de tal manera que permita obtener resultados con mayor estabilidad.

Arenas y Rojas (2013) sugieren realizar estudios que permitan identificar cuáles son las TI adecuadas para el proceso de negociación en las operaciones para las empresas, además Cataldo y Muñoz (2015) mencionan que existen limitaciones que deben ser tomados en cuenta y plantean la necesidad de continuar investigando en este tema, especialmente para validar o mejorar las conclusiones, demostrando que el estudio de la adopción de TI está lejos de haber terminado.

En conclusión para efectos de este artículo es conveniente cerrar las brechas literarias planteadas por los autores a través de futuras investigaciones donde se pudieran elaborar instrumentos estadísticos para determinar si la literatura planteada se asemeja a la realidad, ya que en el presente artículo solo se abordaron los aspectos teóricos y las brechas literarias encontradas por otros investigadores, estas futuras investigaciones pudieran ser:

- Determinar el impacto de adopción de TI en las pymes de servicios profesionales.
- Identificar cuáles serían las variables que ejercen mayor impacto en la adopción de TI en las pymes de servicios profesionales.

- Proponer un proceso metodológico aceptación en la adopción de TI en las pymes de servicios profesionales.

Finalmente los autores plantean la necesidad de seguir investigando el tema de adopción de TI, especialmente para validar o mejorar las conclusiones, demostrando que el estudio está lejos de haber terminado.

Bibliografía

- Alam, S, & Noor, M. (2009). ICT adoption in small and medium enterprises: An empirical evidence of service sectors in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4(2), p112.
- Álvarez S., Cataldo, A., & Zambra L. (2014). Liderazgo en adopción de TI en PYME: ¿Solo el involucramiento del propietario importa? *Ingeniare Revista chilena de ingeniería*, 22(3), 421-430.
- Ashrafi, R., & Murtaza, M. (2008). Use and Impact of ICT on SMEs in Oman. *The electronic journal of information systems evaluation*, 11(3), 125-138.
- Bayo, A., & Lera, F. (2007). A firm-level analysis of determinants of ICT adoption in Spain. *Technovation*, 27(6), 352-366.
- Benbasat, I. and Barki, H. (2007). "Quo vadis TAM?" *Journal of the Association for Information Systems*. 8, 211-218.
- Blili, S., & Raymond, L. (1993). Information technology: Threats and opportunities for small and medium-sized enterprises. *International journal of information management*, 13(6), 439-448.

Bryman, A. and Bell, E. (2007). *Business research methods*. Second ed.: Oxford University, USA.

Cataldo, A., & Muñoz, N. (2015). *Validación cualitativa de UTAUT Evidencias desde un estudio de investigación acción*. Recuperado de http://www.academia.edu/5373720/Validaci%C3%B3n_cualitativa_de_UTAUT_Evidencias_desde_un_estudio_de_investigaci%C3%B3n_acci%C3%B3n

Chan, E., & Reich, B. (2007). IT alignment: what have we learned? *Journal of Information technology*, 22(4), 297-315.

Consoli, D. (2012). Literature analysis on determinant factors and the impact of ICT in SMEs. *Procedia-social and behavioral sciences*, 62, 93-97.

Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.

Dyerson, R., & Spinelli, R. (2011). Balancing Growth: A Conceptual Framework for Evaluating ICT Readiness in SMEs. *International Journal of Online Marketing (IJOM)*, 1(2), 43-56.

Filgueiras, S., & Castro, M. (2012). La capacidad de absorción para la innovación: estudio de caso en la Generación Distribuida Cubana. *Ingeniería Energética*, 33(3), 217-228.

- Forsman, H. (2011). Innovation capacity and innovation development in small enterprises. A comparison between the manufacturing and service sectors. *Research Policy*, 40(5), 739-750.
- Gálvez, E., Riascos, S., & Contreras, F. (2014). Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. *Estudios Gerenciales*.
- Jones, C., Alderete, M., & Motta, J. (2014). Adopción del comercio electrónico en Micro, Pequeñas y Medianas empresas comerciales y de servicios de Córdoba, Argentina. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 164-175.
- López-Bonilla, M., & López-Bonilla, J. (2011). Los modelos de adopción de tecnologías de la información desde el paradigma actitudinal. *Cadernos EBAPE. BR*, 9(1), 176-196.
- Martin, F., Ciovica, L., & Cristescu, M. (2013). Implication of Human Capital in the Development of SMEs through the ICT Adoption. *Procedia Economics and Finance*, 6, 748-753.
- Skoko, H., Buerki, L., & Ceric, A. (2007). Empirical evaluation of ICT adoption in Australian SMEs: Systemic Approach. In *International Conference on Information Technology and Applications, Harbin, China, IEEE, January* (pp. 15-18).

Tarutè, A., & Gatautis, R. (2014). ICT impact on SMEs performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 1218-1225.

Tello, E. (2007). Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, RUSC*, 4(2), 5.

Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.

Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 36(1), 157-178.

Ugalde, N., Balbastre, F., Canet, M., & Escribá, N. (2014). The role of intellectual capital and entrepreneurial characteristics as innovation drivers. *Innovar*, 24(53), 41-60.

Wu, F. (2012). "A mixed Methods Approach to technology Acceptance Research". *Journal of the Association for Information Systems*. 13, 172-187.



MOOC UNA ALTERNATIVA DE CAPACITACIÓN PARA LAS MIPYMES

Dra. María Magdalena Madrigal Lozano
Universidad Autónoma de Nuevo León
Ave. Universidad S/N,
Ciudad Universitaria,
San Nicolás de los Garza, N. L.
maria.madrigalz@uanl.edu.mx
Mexicana

Dra. Bertha Rodríguez Ruelas
Universidad Autónoma de Nuevo León
Ave. Universidad S/N,
Ciudad Universitaria,
San Nicolás de los Garza, N. L.
bertha.rodriguezrl@uanl.edu.mx
Mexicana

Dra. Carlota Georgina Yáñez Encizo
Universidad Autónoma de Nuevo León
Ave. Universidad S/N,
Ciudad Universitaria,
San Nicolás de los Garza, N. L.
georgina.yaneznc@uanl.edu.mx
Mexicana

Dra. Alma Elizabeth Merla González
Escuela de Ciencias de la Educación
amerla@ece.edu.mx
Mexicana

Fecha de envío: 21/Abril/2015

Fecha de aceptación: 22/Mayo/2015

MOOC una alternativa de capacitación para las MIPYMES

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como propósito indagar si las MIPYMES están interesadas en capacitar a su personal bajo la modalidad de MOOC, como una alternativa educativa innovadora, partiendo de la realización de una investigación de enfoque cuantitativo de tipo exploratorio-descriptivo, con base a un diseño no experimental y transeccional. Para lograr tal objetivo, se recabará información relevante aportada por una muestra representativa de la población conformada por los responsables de la formación corporativa, del ámbito de las MIPYMES prestadoras de servicios. Los hallazgos encontrados del proceso de investigación, guiarán la identificación de las bases que justifican la implementación del MOOC, como alternativa para desarrollar la capacitación en este contexto, con la expectativa de que esta experiencia pueda ser replicada en entornos similares que requieran capacitar el talento humano.

Palabras Clave

MOOC, MIPYMES, Capacitación, Talento Humano, Aprendizaje en línea.

Introducción

Los cambios constantes en los ambientes económicos, políticos, sociales y tecnológicos obligan a las personas, las empresas y las instituciones a mantenerse al día. Se ha pasado de una era de la información, a una era del conocimiento en el marco de una sociedad globalizada, también referida como una "aldea global". Lo anterior ha implicado cambios en diferentes aspectos del quehacer cotidiano, desde el cómo se produce, cómo se vende, cómo se obtiene información, cómo se aprende, la forma de comunicarse hasta la forma de entretenerse.

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, denominadas en conjunto como MIPYMES, se definen de acuerdo con la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, CONDUSEF (<http://www.condusef.gob.mx/index.php/empresario-pyme-como-usuarios-de-servicios-financieros>), como una unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización jurídica o gestión empresarial que desarrolla cualquier tipo de actividad ya sea de producción, comercialización o prestación de servicio. Ahora bien, estas organizaciones laborales, se encuentran inmersas en una dinámica constante de cambios en los patrones de intercambio y de acceso a la información, por lo que requieren contar con recursos que les permitan, no sólo sobrevivir, sino sobresalir y mantenerse.

Esto es importante ya que en México el 99.8% de las unidades económicas son MIPYMES, generan el 34.7% del PIB y el 73% de los empleos (Secretaría de Economía [SE], 2012). Pero la importancia de las MIPYMES, según Castañón (2005), no las exime de serios inconvenientes entre los cuales se encuentra la dificultad para la formación, consolidación y conservación de sus directivos así como aspectos de desarrollo tecnológico, financieros, de acceso a la información tecnológica y de mercado. Aun y cuando existen programas federales de apoyo al desarrollo empresarial, no son pertinentes ni suficientes para resolver las necesidades de

la organización para consolidar sus niveles de competitividad, que asegure su posicionamiento en la actividad económica del país.

Para tal motivo, la toma de decisiones en la administración de las MIPYMES debe buscar alternativas que apoyen la gestión de sus recursos financieros, humanos, tecnológicos, bienes muebles e inmuebles y sus insumos, alineada a las metas preestablecidas. Por su parte, Moreno, Espíritu, Aparicio y Cárdenas (2009), señalan que uno de los medios con que cuentan las empresas para incrementar la productividad del capital humano es la capacitación y adiestramiento. Estos autores, citando a Buckley y otros (1991), reconocen que ésta contribuye a la eficacia empresarial, lo cual impacta en su competitividad.

En otro orden de ideas, se debe tomar en cuenta que existen leyes que norman y fundamentan la obligatoriedad de la capacitación así como su importancia para las MIPYMES. Por ejemplo, en el caso de México, dentro del Artículo 132 de la Ley Federal del Trabajo (Secretaría de Gobernación [SG], 2012) se establece que las empresas, cualquiera que sea su actividad, estarán obligadas a proporcionar a sus trabajadores, capacitación o adiestramiento para el trabajo. Por otro lado, la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la MIPYMES (SE, 2012; Secretaría de Gobernación [SG], 2015) considera que para lograr los objetivos de desarrollo y competitividad, es necesario la implementación de una variedad de programas entre los que se encuentra la existencia de proyectos de capacitación y formación empresarial.

A pesar de que la capacitación del recurso humano de las MIPYMES es un medio que contribuye al desarrollo y competitividad que éstas puedan tener, se enfrentan a situaciones que obstaculizan la posibilidad de llevarla a cabo. Algunas de estas situaciones son: a) los cursos son costosos; b) se requiere invertir tiempo en horas de trabajo; c) a veces se requiere de instalaciones apropiadas con las que no se cuenta; d) en ocasiones es necesario desplazar al

personal fuera de su área de trabajo. Para minimizar el impacto de esta problemática, se propone la capacitación por medio de los cursos masivos abiertos en línea (MOOC, por sus siglas en inglés). En la actualidad, los MOOC representan una opción viable para resolver las necesidades de capacitación de recursos humanos. Éstos se definen conceptualmente como el "aprendizaje a distancia acompañado de la evaluación, la cual es también, esencialmente, remota, asociada con redes sociales las cuales favorecen el intercambio entre los estudiantes" (Pomerol, Epelboin y Thoury, 2015, p. 9).

Justificación y relevancia del estudio

Con base a lo descrito, se justifica emprender un proyecto de investigación que indague cuáles son las opiniones de los responsables de la formación corporativa en el contexto de las MIPYMES del área de servicios, respecto a una serie de cuestionamientos relacionados con el tema, como son las siguientes: ¿Las MIPYMES desarrollan procesos de capacitación de recursos humanos? ¿Cuánto dinero y tiempo invierten en la capacitación? ¿Tienen una planeación y realizan un análisis de los requerimientos de capacitación para sus empleados? ¿Ha sido efectiva la capacitación que han llevado a cabo hasta el momento? ¿Han encontrado cursos de capacitación que se adecuen a sus necesidades? ¿Han considerado la capacitación en línea? ¿Conocen los MOOC (Massive Open Online Courses) y los SPOC (Small Private Online Courses)? ¿Estarían dispuestos a utilizar este tipo de cursos, con modalidad diferente a la tradicional, para capacitar a sus miembros?

Es por ello necesario dar respuestas a estas interrogantes por la vía de la investigación, a fin de sustentar las acciones que se propongan implementar en este contexto. El beneficio aportado de un proyecto de esta naturaleza representa una oportunidad para describir los retos y las características del estado del arte en este rubro.

Además, este estudio pretende cumplir con el compromiso social de la Universidad Autónoma de Nuevo León, señalado en la Visión 2020 (Universidad Autónoma de Nuevo León [UANL], 2011), como se menciona en los siguientes puntos:

- 1) Programa de Educación Continua para la formación, actualización y capacitación de profesionales en activo y la promoción de la educación de adultos, a través de una oferta pertinente y de calidad.
- 2) Programa de Gestión Responsable del Conocimiento y la Cultura, en el apartado que señala la necesidad de la "promoción de la investigación encaminada a atender problemas sociales. ...La promoción de la utilidad social del conocimiento, para contribuir a mejorar los niveles de desarrollo humano de la población. ...Ampliación de las oportunidades de acceso al conocimiento, en particular de grupos en condición de desventaja. ...Creación de programas pertinentes de difusión del conocimiento y la cultura para la comunidad y el público en general".
- 3) Programa de intercambio, vinculación y cooperación académica con los sectores social y productivo, en el cual se indica la necesidad de un "fortalecimiento de los esquemas institucionales para la vinculación con la sociedad" (UANL, 2011, pp. 17-19).

Propósito del estudio

Tomando en cuenta lo anterior, este proyecto de investigación se propone describir el grado de interés que manifiestan los responsables de la formación corporativa en el contexto de las MIPYMES del área de servicios, con respecto a la implementación de un MOOC como alternativa educativa que resuelva las necesidades de capacitación requeridas en su personal.

Pregunta de Investigación

Para lograr el propósito planteado, se formula el siguiente cuestionamiento:

¿Cuáles son las opiniones de los responsables de la formación corporativa en el contexto de las MIPYMES del área de servicios, con respecto a la implementación de una alternativa educativa innovadora, denominada Curso Masivo Abierto en Línea (MOOC) para resolver las necesidades de capacitación de recursos humanos?

Objetivo General de la Investigación

Establecer las bases para la implementación de una modalidad educativa denominada MOOC, para apoyar la formación corporativa en el contexto de las MIPYMES del sector de servicios, con la expectativa de que esta experiencia pueda ser útil y replicada en entornos similares que requieran capacitar el talento humano.

Marco teórico

La caracterización de las MIPYMES

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, CONDUSEF (<http://www.condusef.gob.mx/index.php/empresario-pyme-como-usuarios-de-servicios-financieros>) define a las MIPYMES como una unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización jurídica o gestión empresarial que desarrolla cualquier tipo de actividad ya sea de producción, comercialización o prestación de servicio. Sin embargo, esta definición es muy amplia por lo que, es necesario un pronunciamiento que indique criterios que limite los tamaños de las empresas. En la Tabla 1 se muestra dicha clasificación, según el Acuerdo por el que se establece la estratificación de las MIPYMES publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de junio del 2009.

Como anteriormente se comentó, las MIPYMES son un elemento relevante para la economía del país ya que representan el 99.8% de las unidades económicas, generan el 34.7% del PIB y el 73% de los empleos (SE, 2012). Es importante entonces que se realicen acciones que promuevan el desarrollo, competitividad y fortalecimiento de las mismas para lograr su permanencia. La Secretaría de Economía cuenta con el Consejo Nacional para la Competitividad de la MIPYME (CNCMIPYME) cuyo objetivo es el de "promover, analizar y dar seguimiento a los esquemas, programas, instrumentos y acciones que deben desarrollarse en apoyo a las Micro,

Pequeñas y Medianas Empresas" (SE, 2012, p. 3). El CNCMIPYME ha realizado diversos programas y ha creado instancias que han permitido apoyar el desarrollo de la competitividad de las MIPYMES. Desde sus inicios ha puesto relevancia a varios aspectos entre los que se encuentra la capacitación.

Tabla 1.

Estratificación

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	250
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Nota Fuente: Secretaría de Economía (2012). *Memoria documental del Consejo Nacional para la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CNCMIPYME)*. Secretaría de Economía, Administración Pública Federal 2006 - 2012. México: SE. Recuperado de: http://www.economia.gob.mx/files/transparencia/informe_APF/memorias/28_md_cncmipyme.pdf

* Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%

Capacitación para las MIPYMES

La capacitación del recurso humano en las empresas se considera importante, como un factor para apoyar la competitividad y la permanencia de la organización en el mercado. Por esta razón, el Artículo 132 de la Ley Federal del Trabajo (SG, 2012), establece que las empresas,

cualquiera que sea su actividad, estarán obligadas a proporcionar a sus trabajadores, capacitación o adiestramiento para el trabajo. Por su parte, la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de las MIPYMES (SG, 2015), considera que para lograr los objetivos de desarrollo y competitividad, es necesario implementar una variedad de programas, entre los que se encuentra la existencia de proyectos de capacitación y formación empresarial.

Con base a los señalamientos descritos, se deduce que el desarrollo de la capacitación significa una prioridad en la gestión administrativa de cualquier MIPYME, para lograr los objetivos de productividad que la posicionen en un lugar privilegiado dentro de la economía del país, de ahí que éstas deben desarrollar su capital humano con el fin de consolidar su competitividad.

Ahora bien, la implementación de programas de capacitación ha evolucionado con el avance tecnológico, tomando relevancia el uso de recursos de este tipo para todos los procesos formativos. Es así como Smaldino, Russell, Heinich y Molenda (2005), sostienen que la tendencia actual en los ambientes laborales del futuro, consiste en concientizar a estos entornos acerca de la importancia creciente de la tecnología, cambios en la fuerza de trabajo, renovación continua de conocimientos, cambios en la naturaleza del trabajo (Teleconmutación, teletrabajo, trabajo móvil). Dicho lo anterior, la atención se enfoca en valorar el impacto de la tecnología en el cambio en la naturaleza de la capacitación, la implementación del proceso justo a tiempo (Just-in-time), el desarrollo de los sistemas de soporte al desempeño (Performance support systems), y la formación laboral polivalente y multivariada (Cross-training), entre otros.

Los MOOC como alternativa innovadora para la capacitación

En materia de capacitación, los MOOC se han instalado como una opción viable e innovadora para resolver las necesidades de formación de personal, y se les define como el

"aprendizaje a distancia acompañado de la evaluación, la cual es también, esencialmente, remota, asociada con redes sociales las cuales favorecen el intercambio entre los estudiantes" (Pomeroly otros, 2015, p. 9). Sus inicios se remontan a la educación a distancia y la aparición de universidades abiertas a distancia, pero el término en sí fue acuñado en el 2008 en respuesta al curso de George Siemens y Stephen Downes titulado "Conectivismo y Aprendizaje Conectado" (Connectivism and Connective Knowledge) (Castaño y Cabero, 2013; Cormier y Siemens, 2010; Pomerol y otros, 2015). Sin embargo, fue hasta el otoño del 2011 que un curso MOOC atendió verdaderamente a una gran cantidad de estudiantes. Este curso MOOC sobre inteligencia artificial lanzado por Sebastian Thrun de la universidad de Stanford e impartido por él y por Peter Norvig, alcanzó la inscripción de 160,000 personas de las cuales 20,000 lograron seguir el curso en su totalidad y 364 obtuvieron la calificación más alta (Pomerol y otros, 2015).

Posteriormente surgió una avalancha de MOOC y la mayoría de estos cursos se apoyan en plataformas y asociaciones de universidades. Ejemplo de ellas es Udacity fundada por Thrun en el 2011 y lanzada en el 2012. También en el 2012, pero meses después, Daphne Koller y Andrew Ng fundaron Coursera, seguida por edX fundada por Harvard y el MIT (Pomerol y otros, 2015). Así mismo, Castaño y Cabero (2013) mencionan que otro de "los grandes jugadores en el universo de los MOOC" de habla hispana en el que convergen muchas universidades españolas y latinoamericanas es MiriadaX.

Tipos de MOOC

Se pueden distinguir dos grandes corrientes de MOOC: los xMOOC y los cMOOC. Los xMOOC son más tradicionalistas, su diseño es más apegado al modelo pedagógico clásico donde el maestro guía al estudiante a través de un camino bien definido de lecturas y documentación en línea, tareas, trabajo práctico y evaluación. La "x" se relaciona con el concepto de extensión de

una enseñanza convencional. La segunda corriente, los cMOOC, provienen de las primeras iniciativas de los MOOC. Son menos directos, ya que en este tipo de cursos, aunque el material está disponible, son los estudiantes los que construyen su propio curso y gestionan sus avances. Se requiere una fuerte participación y colaboración entre los participantes, pues es esta la forma en que construyen su propio aprendizaje. La "c" se refiere al conectivismo, la base de este tipo de MOOC (Castaño y Cabero, 2013; Pomerol y otros, 2015).

Se presentan también distintos posibles prefijos para los MOOC. Para Pomerol y otros (2015) por ejemplo, los iMOOC son aquellos que basan su aprendizaje en la investigación. Los tMOOC son los que están orientados a tareas y los pMOOC para los basados en proyectos.

El concepto masivo de los MOOC no es muy claro, y la cantidad de personas inscritas no cambian su naturaleza, por lo que han empezado a emerger nuevos términos como SPOC y TORC. Los SPOC (Small Private Online Courses), término popularizado por Armando Fox, son cursos on-line pequeños y privados los cuales son diseñados para una audiencia particular. El acrónimo TORC (Tiny Online Restricted Courses) hace referencia a los cursos restringidos diminutos on-line (Pomerol y otros, 2015).

Teorías del aprendizaje y modelos pedagógicos que sustentan los MOOC

El aprendizaje es un cambio relativamente permanente en el conocimiento de una persona o de la conducta como resultado de la experiencia. Es el desarrollo de nuevo conocimiento, habilidades o actitudes como una interacción individual con información del ambiente.

El ambiente de aprendizaje lo determinan las instalaciones físicas, la atmósfera psicológica, tecnología instruccional, medios y métodos. El aprendizaje se da en cualquier lugar o circunstancia y en todo tiempo. Aprendemos cosas a través de ver la Televisión, al caminar por la calle, conociendo a otras personas, navegando por Internet, en las redes sociales, por medio de

todo lo que está a nuestro alrededor y observamos. Pero, el aprendizaje casual, no es el que interesa en términos de aprendizaje significativo. Sino aquel aprendizaje que toma lugar en responsabilidad para el esfuerzo instruccional sobre la parte del que aprende y del que enseña. De tal manera que el aprendizaje se selecciona, arregla y se entrega la información en un ambiente de trabajo adecuada donde interactúan los aprendices con esa información (Smaldino y otros, 2005).

A través del tiempo, la educación ha sido objeto de múltiples enfoques críticos, formulados en función de la filosofía, y bajo la influencia de condiciones socioculturales de cada época y lugar, que dan origen a modelos educativos. Durante el siglo próximo pasado tanto el aprendizaje y las teorías que tratan los procesos de adquisición de conocimiento han contado con un enorme desarrollo gracias a los avances de la psicología y de las teorías instruccionales, que han permitido sistematizar los mecanismos relacionados a los procesos mentales que hacen posible el aprendizaje. En el presente siglo, el uso de la Web 2.0 y el impacto en las comunicaciones a través de las redes sociales, han cambiado la manera de vivir, de interactuar y de aprender. El interés de las teorías educativas es el de comprender e identificar estos procesos y a partir de ellos, tratar de describir métodos para que la instrucción sea más efectiva.

Por lo tanto, las perspectivas psicológicas sobre el aprendizaje dependerán: 1) de cómo cada instructor conciba la tecnología y los medios en la enseñanza en base a sus creencias sobre la manera de cómo la gente aprende; 2) cada teoría sobre el aprendizaje tiene su influencia sobre la enseñanza y la tecnología utilizada para la enseñanza y el aprendizaje y; 3) en base a lo mencionado se establece el diseño instruccional y los métodos que serán utilizados en el proceso enseñanza-aprendizaje, así como las situaciones en las que estos métodos serán utilizado (Smaldino y otros, 2005).

De la combinación de estos elementos, métodos y situaciones se desprenden los principios y las teorías de aprendizaje. Entre las principales se cuenta el: conductivismo, cognitivismo, constructivismo, colaborativismo y recientemente el conectivismo. A continuación se describirá brevemente aquellas teorías que son base de los MOOC.

El aprendizaje colaborativo forma parte del modelo constructivista que se basa en el marco de que la educación es un proceso de socioconstrucción, se desarrolla la diversidad y la tolerancia. En el sentido de que el aprendiz debe trabajar en grupos, con una participación de colaboración y cooperación a fin de interactuar y comunicarse. En consecuencia, las TIC proporcionan medios para el desarrollo de actividades de colaboración y cooperación en la enseñanza, en este interactuar, el aprendiz como ente individual aporta su proyecto común y lo integra al proyecto colectivo, como complemento de cada uno de los miembros, para enriquecimiento del producto final y logro del trabajo de grupo.

Desde la perspectiva en el aprendizaje, llevado a cabo por medio de grupos de trabajo colaborativo y cooperativo, Cabero (s.f.) hace la distinción entre uno y otro, asumiendo que, desde la perspectiva colaborativa la responsabilidad del proceso corresponde al estudiante, y en la cooperativa al docente. Agrega el autor que ambas pueden ir juntas para el logro del desarrollo de la enseñanza y del aprendizaje y la obtención de las competencias establecidas. De esta forma, Cabero hace mención de cómo Bandura viene a definir la eficacia colectiva:

son creencias compartidas de un grupo que unen sus capacidades para ejecutar los cursos de acción necesarios para poder alcanzar las metas asignadas. En otras palabras, la eficacia colectiva se percibe como la capacidad de rendimiento que un grupo posee como un todo (p.28).

De acuerdo a Galindo, Galindo, Martínez, Ley, Ruiz y Valenzuela (2012) el aprendizaje colaborativo se fundamenta en dos premisas, la primera, consiste en llegar al consenso a través de la participación entre los miembros del grupo; la segunda premisa es la voluntad de hacer la

actividad directa por parte de cada participante, lo cual es elemental, porque el aprendizaje colaborativo se basa en la actividad de cada uno de los miembros. Se crea una interdependencia entre los miembros del grupo, en el que cada uno aporta sus conocimientos previos para crear un nuevo aprendizaje.

Es precisamente a este proceso de interacción entre pares, de evaluación entre ellos, lo que convierte a esta comunicación on-line en un proceso de aprendizaje distinto, debido a lo cual se le da el concepto de conectivismo según Siemens (como se cita en Cabero, s.f.). El conectivismo permitiría una forma de aprendizaje distinta que podría guiar también los procesos de enseñanza de los/as docentes. Se habla de una nueva forma de aprender el conocimiento, una nueva forma de relación con el conocimiento, de cómo construirlo y conducir dicho proceso de construcción.

Para Siemens (como se cita en Cabero, (s.f.)) en el conectivismo se entrelazan una serie de principios examinados por la teoría del caos, las redes, la complejidad y la auto-organización.

Los nueve principios de esta teoría son:

- (1) El aprendizaje y el conocimiento se apoyan en una diversidad de conceptos.
 - (2) Aprendizaje y conocimiento requieren diversidad de partes para presentar el todo.
 - (3) Aprendizaje es el proceso de conexión entre fuentes de información y nodos especializados.
 - (4) El conocimiento puede residir en equipos no humanos, y el aprendizaje puede facilitarse con el uso de la tecnología.
 - (5) Las conexiones deben cuidarse y mantenerse para facilitar el aprendizaje continuo.
 - (6) Destreza para identificar conexiones entre ideas, campos de conocimiento y conceptos es una habilidad clave muy importante.
 - (7) Las actividades de aprendizaje están orientadas a mantener el conocimiento actualizado.
 - (8) La capacidad de saber más, es más crítica que aquello que se sabe en un momento dado.
 - (9) La toma de decisiones en sí misma es un proceso de aprendizaje.
- (p. 30)

Para Cabero (s.f.) la colaboración entre los compañeros de un grupo para desarrollar una tarea e interactuar a través de las redes sociales, da oportunidad de desarrollar procesos cognitivos por medio de su propia construcción. Para ello resume las siguientes características:

- a) Basado en la relación de interdependencia de todas las personas que trabajan en la acción formativa.
- b) Responsabilidad individual de la persona en la participación en el proyecto, así como también grupal en la adquisición de los objetivos y en la configuración de acciones educativas de calidad.
- c) Relación de interacción social entre las diferentes personas que conforman la acción formativa.
- d) Relación de interdependencia positiva entre las personas que conforman el grupo.
- e) El aprendizaje no se consigue solo a partir de la interacción, sino más bien por la articulación (justificar por parte del individuo las decisiones adoptadas), el conflicto (el aprendizaje se alcanza de los esfuerzos realizados para resolver los problemas que se plantean y las discrepancias y puntos de vista diferentes), y la co-construcción de significados (no es solamente yuxtaponer información, sino alcanza nuevos significados mediante la interacción cognitiva de los participantes. (p.31)

Por qué es importante hacer investigaciones relacionadas con los MOOC

Varias pueden ser las razones por las que es importante realizar investigaciones relacionadas con los MOOC. Éstos tuvieron su auge en el 2012 y aunque aún tienen un importante movimiento a nivel mundial, han empezado a decaer su aceptación. En este sentido, comenta Cabero (Taller de Tecnología Educativa, marzo 24, 2015) que es el mejor momento en el que se deben hacer investigaciones al respecto, cuando la tecnología ha empezado a bajar en la curva de aceptación.

Por otro lado, el Informe sobre Educación Superior 2014 realizado en colaboración entre New Media Consortium y EDUCAUSE (Johnson, Adams Becker, Estrada y Freeman, 2014) presenta una serie de tendencias, desafíos y tecnologías que enfrentará la educación superior en el corto, mediano y largo plazo. Uno de los desafíos que se considera difícil, presentado en el informe, está relacionado con las competencias a partir de los nuevos modelos educativos. En el centro de dicha discusión están los MOOC ya que estos "permiten a los alumnos complementar su formación y experiencias en instituciones tradicionales a través de recursos online cada vez más abundantes y a menudo gratuitos" (p. 32). También han surgido problemas y situaciones que

ameritan investigación, como la alta deserción, la necesidad de evaluar el modelo y la búsqueda de la mejor manera de fomentar la colaboración, la interacción y evaluación a gran escala.

Aunado a lo anterior, aunque los MOOC ya se han usado para la capacitación de las empresas, como es el caso de Yahoo! (Moreno, 2013), poco se ha realizado para aplicarlo a las MIPYMES de la localidad. Por lo tanto, investigar en este campo es necesario y justifica su razón de ser por los beneficios potenciales que de ello puedan emanar. Por ejemplo, la posibilidad de promover cursos MOOC para la capacitación inicial que se requiere en las empresas, capacitación para la especialización de los empleados o la identificación de áreas específicas de capacitación que permitan lograr ventajas competitivas y todo esto con el objetivo de mejorar la competitividad de las mismas.

Método

El proyecto se plantea como una investigación de enfoque cuantitativo de tipo exploratorio-descriptivo bajo un diseño no experimental y transeccional. No experimental, debido a que Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionan que son aquellas en las que no se manipulará ninguna variable. En tanto que la parte transeccional o transversal obedece a que los datos se recopilan en un solo momento, en un tiempo único.

Asimismo, se identifica como un estudio exploratorio descriptivo, el cual según Grajales (2000) sirve para aproximarse a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuir con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. En la misma forma, Hernández y otros (2010) señalan que este tipo de estudios permiten examinar un tema no estudiado. Además, los mismos autores, indican que en las investigaciones cuantitativas de alcance exploratorio-descriptivo no se formulan hipótesis, a menos que se pretenda pronosticar un hecho o un dato, lo cual no es objetivo de esta

investigación ya que solamente se busca especificar propiedades, características y rasgos de la población estudiada. Bajo estos principios, esta investigación se propone cumplir el objetivo de identificar si los responsables de la formación continua en el contexto de las MIPYMES del área de servicios manifiestan interés en implementar un curso masivo abierto en línea, para resolver las necesidades de capacitación de su personal.

Población

La población a investigar son las MIPYMES del sector servicios ubicadas en el Municipio de San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México. Se selecciona este municipio y este sector de las MIPYMES, por ser un área cercana al lugar de trabajo de los investigadores, además de que se cuenta con recursos limitados lo cual no permitirá que se cubra toda el área metropolitana de Monterrey y todos los sectores de las MIPYMES.

Para determinar la muestra a investigar, se utilizará el método de muestreo probabilístico aleatorio simple. Para Hernández y otros (2010) bajo el enfoque cuantitativo, la muestra es un subgrupo que representa a la población de interés sobre la cual se habrá de recopilar la información. Para la selección de la muestra se trabajará en base a los siguientes criterios: en primera instancia se hará uso de los datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) para obtener el listado de las MIPYMES; enseguida, se procederá a ubicar a las MIPYMES en Áreas Geo Estadísticas Básicas (AGEBS) con el fin de seleccionar de manera proporcional las MIPYMES por AGEBS.

Instrumentos

Para la elaboración del instrumento se cubrirán dos etapas: la primera consistirá en el diseño de la cédula-entrevista compuesta por preguntas abiertas, que se aplicará de manera proporcional al 10% de la muestra para la prueba piloto. Para la segunda etapa se estructurará la

cédula-entrevista definitiva, constituida en su mayor parte por preguntas cerradas y de fácil manejo.

El instrumento contiene los siguientes grupos de ítems: 1) Datos generales de la MIPYME; 2) Información sobre procesos de capacitación que llevan a cabo; 3) Inversión económica al rubro de capacitación; 4) Tiempo y espacio destinado a la capacitación; 5) Evaluación de la capacitación; 6) Detección de necesidades de capacitación; 7) Información de los MOOC; 8) Interés en este tipo de capacitación.

Metodología propuesta

El modelo propuesto será cuantitativo bajo la siguiente metodología: 1) Diseñar la cédula-entrevista; 2) Obtener lista de las MIPYMES del sector servicios del Municipio de San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México; 3) Seleccionar la muestra según el método propuesto anteriormente; 4) Aplicar la prueba piloto; 5) Estructurar la cédula-entrevista definitiva; 6) Aplicar el instrumento definitivo a la muestra; 7) Capturar la información; 8) Analizar la información; 9) Presentar resultados y discusión; 10) Elaborar informe de investigación.

Análisis de Datos

Para el análisis estadístico se trabajará con el Statistical Package for Social Science (SPSS por sus siglas en inglés). Una vez que se obtengan los datos derivados de la aplicación de la cédula-entrevista definitiva, se generarán tablas y gráficas con los resultados más significativos. De igual manera en forma descriptiva se presentará dicha información.

Resultados esperados

Como fue descrito, este proyecto de investigación representa el esfuerzo inicial por explorar un tema actual en el rubro de la capacitación apoyada en el uso de recursos tecnológicos, de tal modo que los resultados obtenidos aporten datos positivos acerca del grado

de interés que los responsables de la formación corporativa en el contexto de las MIPYMES del área de servicios, refieren con respecto a la implementación de un MOOC como alternativa educativa que resuelva las necesidades de capacitación requeridas en su personal.

Limitaciones y delimitaciones

Los resultados de este trabajo no podrán ser generalizados, pero será un gran aporte para la innovación en la capacitación para las MIPYMES y darán una luz para futuras investigaciones en este rubro. No se cuenta con apoyo para su realización, es decir, se cuenta con recursos limitados a las posibilidades de los investigadores, tanto en tiempo como en dinero.

Conclusiones

Como fue mencionado, este documento presenta el esquema de un proyecto de investigación centrado en el tema de la implementación de los MOOC, como alternativa innovadora para apoyar la capacitación en el ámbito de las MIPYES del sector servicios. De esta forma, se ha justificado la relevancia de explorar este tema por diversas razones, entre las que sobresalen los señalamientos del Horizon Report (Johnson y otros, 2014), donde se enfatiza que los MOOC son considerados como desafíos pues estos "nuevos modelos de educación aportan una competencia sin precedentes a los modelos tradicionales de educación superior". En este sentido, tanto las instituciones como docentes y alumnos deben prepararse para enfrentarlos y que mejor manera que investigándolos y aplicándolos en entornos diferentes que permitan generar nuevo aprendizaje a todos los involucrados (universidades, instructores, aprendices y empresas).

Si los resultados de este proyecto de investigación son favorables en torno a la aceptación de los cursos MOOC por parte de los responsables de la formación continua de las MIPYMES del sector servicios, se podrá hacer extensiva la implementación de esta experiencia en contextos laborales similares, o bien, en otros tipos de organizaciones sociales.

Referencias

- Cabero, J. (24 marzo 2015). Taller de Tecnología Educativa. Impartido en la Escuela de Ciencias de la Educación, Monterrey, N. L., México.
- Cabero, J. (s.f.). *Las redes sociales como instrumentos para la formación. Percepciones de los alumnos universitarios hacia el trabajo en grupo*. Sevilla, España: Grupos de Investigación Didáctica. Universidad de Sevilla.
- Castaño, C. y Cabero, J. (Coords.) (2013). *Enseñar y aprender en entornos M-Learning*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Castañón, R. (2005). *La política industrial como eje conductor de la competitividad de las PYME*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cormier, D., y Siemens, G. (2010). Through the Open Door: Open Courses as Research, Learning, and Engagement. *EDUCAUSE Review*, 45(4), 30-39. Recuperado de <https://net.educause.edu/ir/library/pdf/ERM1042.pdf>
- Galindo, R., Galindo, L., Martínez, N., Ley, M., Ruiz, E. y Valenzuela, E. (2012). Acercamiento epistemológico a la teoría del aprendizaje colaborativo. *Revista de Innovación educativa* 4(2). Recuperado de <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura3/article/view/325/290#intro>
- Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación*. recuperado de <http://tgrajales.net/investipos.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a. ed.). Distrito Federal, México: McGraw-Hill.
- Johnson, L., Adams Becker, S., Estrada, V. y Freeman, A. (2014). *NMC Horizon Report: 2014 Higher Education Edition*. [Versión Digital PDF]. Austin, Texas, Estados Unidos: The New Media Consortium.

- Moreno, H. M., Espíritu, R., Aparicio, V. y Cárdenas, A. S. (2009). Capacitación en las micro y pequeñas empresas de la Ciudad de Tecomán, Colima, México. *Multiciencias*, 9(1) 38-45. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90411683006>
- Moreo, L. (2013, octubre 15). Educación en las empresas. El caso de Yahoo!. [Publicación de Blog]. Recuperado de: <http://blogmooc.iei.ua.es/2013/10/educacion-empresas-caso-Yahoo-Coursera.html>
- Pomerol, J-C., Epelboin, Y. y Thoury, C. (2015). *MOOCs, design, use and business models*. [Versión Digital PDF]. Londres, Inglaterra: ISTE Ltd.
- Sandín, M. (2003). *Investigación cualitativa en educación. Fundamentos y tradiciones*. México: McGraw Hill.
- Secretaría de Economía (2012). *Memoria documental del Consejo Nacional para la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CNCMIPYME)*. Secretaría de Economía, Administración Pública Federal 2006 - 2012. México: SE. Recuperado de: http://www.economia.gob.mx/files/transparencia/informe_APF/memorias/28_md_cncmipyme.pdf
- Secretaría de Gobernación (2012). Ley Federal del Trabajo. *Diario Oficial de la Federación*. México: Secretaría de Gobernación. Recuperado de: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/leyes.php>
- Secretaría de Gobernación (2015). Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. *Diario Oficial de la Federación*. México: Secretaría de Gobernación. Recuperado de: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/leyes.php>
- Smaldino, S., Russell, J., Heinich, R. & Molenda, M. (2005). *Instructional Technology and Media for Learning*. (8th. ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Universidad Autónoma de Nuevo León (2011). Visión UANL 2020 [folleto]. Recuperado el 13 de Agosto del 2006, de <http://www.uanl.mx/sites/default/files/documentos/universidad/folleto-vision2020uanl.pdf>
- Vela, F. (2004). Un acto metodológico básico de la investigación social: La entrevista cualitativa. En M. Tarrés (Eds.), *Reservar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. (pp. 63-94). Distrito Federal, México: Colegio de México-Porrúa.



EL USO DE LAS TIC'S EN EL MARKETING DE LAS PYMES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA PESCA.

Autor:

Autor: C.P. Fernando Ochoa Millán

Coautores: Dr. José Rafael Baca Pumarejo, M.A. Gerardo Haces Atondo

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Facultad de Comercio y Administración Victoria

ÁREA Y ESPECIALIDAD DE LA PONENCIA

Área: Innovación en la organizaciones

Especialidad: Tecnologías de Información para la toma de decisiones

Fecha de envío: 21/Abril/2015

Fecha de aceptación: 22/Mayo/2015

Resumen

La industria del turismo es uno de los sectores más importante en el país, y que no ha sido explotado de manera adecuada, por lo cual es necesario buscar la forma de explotar los atractivos que hay en este sector, una opción es a través del uso de las TI en conjunto con el marketing. La presente investigación es del tipo Aplicada, de naturaleza exploratoria, y documental de tipo cuantitativo y cualitativo, es decir con enfoque Mixto, y se llevará a cabo en el centro turístico de la Pesca, ubicado en el municipio de Soto la Marina, Tamaulipas. El objetivo de esta investigación es generar el diagnóstico del tipo de uso, nivel de infraestructura y necesidades de capacitación de las TICs en la función de mercadotecnia de las Pymes de Servicios Turísticos de las Pesca, con la finalidad de estudiar como se encuentra actualmente en cuanto a las variables mencionadas, y así identificar áreas de oportunidad en las que se pudiera mejorar.

Palabras clave: Competitividad turística, TIC, Marketing, promoción, desempeño, Pymes,

Introducción

El turismo se ha identificado como impulsor del crecimiento económico del país, ya que contribuye en el desarrollo de actividades económicas que satisfacen la demanda de los visitantes, por lo cual la presente investigación busca generar el diagnóstico del tipo de uso, nivel de infraestructura y necesidades de capacitación de las TICs en la función de mercadotecnia.

El marketing para destinos turísticos, ya sea como la planificación estratégica o como una especificación del *marketing mix* a corto plazo, tienen mucho que ganar de las herramientas

computarizadas de información (Stalidis & Karapistolis, 2014), por ejemplo el uso de la redes sociales en la actualidad, se ha convertido en una área de oportunidad, que puede ser aprovechado por las empresas dedicadas a servicios turísticos, con la finalidad de promocionar sus productos y/o servicios, en virtud de que los destinos turísticos están tratando con el aumento de la competencia (Vitouladiti, 2014).

Finalmente el turismo del estado de Tamaulipas, ha tomado una gran relevancia, en gran medida debido a que de acuerdo al Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Tamaulipas 2011-2016 (Gobierno del Estado de Tamaulipas, 2011) el turismo es uno de los ejes importantes de este plan para impulsar un Tamaulipas Competitivo, y uno de los puntos que se plantean para alcanzar ese objetivo es a través de una economía dinámica, y para lograrlo se establecieron las siguientes medidas, (1) impulso a la producción primaria, (2) industria para el crecimiento regional, (3) comercio y servicios competitivo y (4) Aprovechamiento del potencial turístico.

Planteamiento del problema

El sector turístico se ha visto revolucionado por la internet, esto debido a la introducción de importantes modificaciones en el ámbito de la comercialización de los productos y servicios turísticos (Peterson, Balasubramanian & Bronnenberg, 1997), siendo la rapidez en comparar precios, la reducción del tiempo y esfuerzo dedicado a la compra sus principales características, además debido a que la mayoría de los productos turísticos presentan un alto nivel de estandarización el factor del precio es determinante en su elección (Kim, Kim & Shim, 2009). Este panorama enfatiza la importancia que las TIC tienen para llevar a cabo el marketing de un lugar turístico.

En el año 2006 debido a el potencial de la zona turística de la Pesca, el gobierno federal y del estado de Tamaulipas, dieron el arranque formal al proyecto finalmente llamado “Costa Lora” cuando las autoridades ambientales mexicanas aprobaron la viabilidad ecológica para la creación de un desarrollo turístico de clase mundial en la playa La Pesca (R. Ayuntamiento Soto la Marina, 2011), pero años más tarde, en 2011 el proyecto fue cancelado por la situación en que se encontraba el estado.

Por consiguiente, es necesario aprovechar el potencial turístico de la zona, a través de la promoción del lugar, ya que el marketing es vital para el éxito de los destinos turísticos (Dileep & Sindhu, 2010), por lo cual es necesario reactivar la actividad turística de la zona con el uso adecuado del marketing a través de las TI.

Con el uso de las tecnologías de la información, las compañías poseen el potencial para llegar a más clientes, introducir nuevos productos y servicios rápidamente, y colaborar con proveedores y socios comerciales de todo el mundo (Namani, 2013), así como en el ámbito de toma de decisiones relacionadas con el marketing, como en el campo de la comunicación y ventas (Avramovic, 2010).

Justificación

La industria del turismo a lo largo de las ultimas cinco décadas ha alcanzado logros sustanciales, pero también se tuvieron cuellos de botella, errores estratégicos y un uso insuficiente de todas las ventajas que ofrece (Sectur, 2006). Por otro lado en la ultima década, la

llegada de turistas internacionales a México se ha mantenido constante, alrededor de 21 millones de personas (INEGI, 2010).

En México, la industria del turismo se ha convertido en un eje fundamental para lograr un México prospero, esto de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo (Gobierno de la República, 2013), el cual marca como uno de sus objetivos aprovechar el potencial turístico del país para generar una mayor derrama económica mediante la estrategia de impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.

Por lo anterior el turismo en la actualidad ha tomado una gran relevancia para el desarrollo económico de Tamaulipas, ya que es considerado como uno de los puntos importantes para lograr un Tamaulipas Competitivo de acuerdo con el Plan Estatal de Desarrollo (Gobierno del Estado de Tamaulipas, 2011), de ahí la importancia de estudiar cómo se encuentra actualmente, para identificar puntos en los que se pudiera mejorar, uno de esos puntos tiene que ver directamente con el uso de las Tecnologías de la Información en la función de mercadotecnia de las Pymes de Servicios Turísticos, enfocado directamente al lugar de la Pesca, ubicado en el municipio de Soto la Marina.

La importancia de realizar este estudio orientado a las Pymes de Servicios Turísticos de la Pesca, es para generar el diagnóstico en cuanto a la infraestructura y las necesidades de capacitación en cuanto al uso de las TIC en la actividad de mercadotecnia de sus servicios, y de esta manera establecer líneas o estrategias a seguir para solucionar las posibles deficiencias con las que cuentan, además que se alinea con uno de los objetivos establecidos en el Plan Estatal de

Desarrollo 2011-2016 (Gobierno del Estado de Tamaulipas, 2011), en relación a crear un Tamaulipas Competitivo.

Las TIC pueden contribuir de manera significativa a lograr una ventaja competitiva, a través del impacto en el fortalecimiento de la base microeconómica de la competitividad, la cual consiste de recursos humanos, infraestructura física, estructura administrativa, infraestructura de información, infraestructura científica y tecnológica, desarrollo del mercado y competencia local (Avramovic, 2010), de ahí la importancia de realizar este estudio y realizar el diagnóstico de la situación actual que viven las Pymes del sector turístico de la Pesca.

Por otro lado algunos de los beneficios que logran las empresas de turismo en países en vías desarrollo que utilizan el internet son: (1) reducción de los costos de publicidad, (2) comunicación mas efectiva y barata, (3) exposición a nivel mundial, (4) acceso a información de manera mas eficiente y (5) posibilidad de atraer organizaciones multinacionales (Purcell et al., 2004). De la misma forma el internet se ha convertido en una herramienta de muchos usuarios para obtener información turística, en ciertos sectores de la población se ha convertido en una herramienta esencial en la planificación y organización de viajes (Fernández y Mihi, 2011), así mismo el internet ha servido para la promoción en línea, la cual representa una herramienta eficaz de comercialización (Murphy, Hashim & O'connor, 2007).

Finalmente este estudio es primordial para las empresas del Sector Turístico de la Pesca, ya que sus resultados podrían contribuir a elevar las inversiones que fortalezcan a nuestro estado,

además de abrir espacio para generar más empleos a personas calificadas para abarcar estos puestos.

Marco Teórico.

Las Tecnologías de la Información.

Las Tecnologías de la Información (TI) son un conjunto de técnicas, desarrollo y dispositivos avanzados que integran funcionalidades de almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos (Romero et al, 2012) que facilitan el diseño de estrategias organizacionales. Las TI se refieren a los procesos y aplicaciones que crean métodos nuevos para resolver problemas, desempeñar tareas y administrar la comunicación, (Ferrel, Hirt, & Ferrel, 2007) y han cambiado el rostro de los negocios en décadas recientes, como se puede ver en la tabla.

Las TI están presentes en todos los niveles de nuestra sociedad actual, desde las mas grandes corporaciones multinacionales, a las Pymes, gobiernos, administraciones, universidades, centros educativos, organizaciones socioeconómicas y asociaciones, profesionales y particulares (Suárez y Alonso, 2007) forman parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la cual debemos convivir de forma cotidiana (Romero et al, 2012). Las repercusiones de las TI en la economía son muchas, sobre todo en lo que se refiere a la productividad, al empleo y el marco del trabajo (Ferrel et al, 2007) y ha generado una serie de términos nuevos, por ejemplo, *e-business* y *e-commerce* (negocio y comercio electrónico), *e-government* (gobierno electrónico), *e-health* (sanidad electrónica), entre otros (Suárez y Alonso, 2007).

Estas tecnologías se asocian con el uso de computadoras y dispositivos de internet para obtener y procesar información y, también, con el empleo de software de aplicaciones para organizar y comunicar información (Ferrel et al, 2007) ya que permiten realizar cualquier tipo de proceso de datos de manera rápida y confiable como la escritura y copia de textos, cálculos, creación de base de datos, tratamientos de imágenes; todo ello a través de programas como procesadores de texto, editores gráficos, hojas de calculo, gestores de base de datos, editores de presentaciones multimedia y de paginas web (Romero et al , 2012).

Si las tecnologías de la información y la internet, son usadas con prudencia, pueden llegar a ser herramientas estratégicas altamente innovadoras en manos de los empresarios turísticos, que le ayuden a mejorar la posición de sus instalaciones (Pitoska, 2013).

Las Tecnologías de la Información en las empresas

En la ciudad de Gerona, España se demostró que el uso de las Tecnologías de la Información es uno de los principales rasgos distintivos de la actividad económica (Díaz, Ficapal, & Torrent, 2013), esto se debe a que constituyen un factor central para alcanzar la competitividad empresarial (Janke & Packova, 2013). De ahí la razón que la Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), adopten el uso de las TI, ya que es uno de los principales elementos que pueden conducir a la innovación y la competitividad (Hernández, Ortiz, & Uribe, 2013), también constituyen un recurso estratégico para que las empresas encuentren nuevas oportunidades en el mercado, con bajos costos y altas probabilidades de éxito (Shin, 2007).

Bruque & Moyano (2007) como resultado de su investigación en la provincia de Jaén, en la región de Andalucía España, encontraron que los factores relacionados con la adopción de las TI en pequeñas empresas son el rol de la administración, el rol del liderazgo tecnológico, la estrategia tecnológica, la formación y socialización, y el tamaño de la empresa y las necesidades de crecimiento. Así mismo en la misma investigación realizada en la Andalucía España, Bruque & Moyano, (2007) encontraron que tres factores relacionados con la implementación de las TI en las pequeñas empresas, los cuales son: (1) Rol de la administración, (2) Formación y socialización y (3) El impacto del poder/estructura jerárquica.

En la tabla Tabla Áreas de uso de las TI en la Pymes, puede observarse las áreas en las que las Pymes pueden utilizar las TI (Casalet & González, 2004), resultado de una investigación realizada en México, sobre el uso de las Tecnologías de Información en las Pymes.

Entonces si la adopción de las TI genera esos beneficios, ¿cuál es la razón por la que no todas las organizaciones implementen las TI? De acuerdo con Peirano & Suárez (2004) en un estudio efectuado en Argentina, determinaron que la incorporación de las TI al ámbito de la empresa es un proceso complejo que involucra multiplicidad de dimensiones que deben ser todas tomadas en cuenta. Recientemente existen estudios que evidencian barreras y obstáculos que dificultan la implementación de las TI (Mora et al., 2012).

Tabla
Áreas de uso de las TI en la Pymes

<i>Articulación de la empresa con</i>	<i>Tareas digitalizables</i>	<i>Beneficios</i>
Clientes	Gestión de pedidos Facturación Control de clientes Historial de pedidos Información sobre productos disponibles Localización de clientes potenciales.	Más canales de comunicación Menores costos de transacción Ampliar horario de atención Mayor gestión Reducción de costos de factoraje Compartir información Interacción constante Estado de las operaciones en tiempo real Mejor gestión de inventarios
Entre áreas y departamentos	Comunicación entre áreas Seguimiento del ciclo de producción Área de diseño Planeación de producción Control de inventarios Gestión de mantenimiento de maquinas y equipo Reportes del personal Control de calidad Contabilidad Nómina	Mayor fluidez de la información Contacto permanente Reducir costos de transacción Mayor uso de la base de conocimientos Estado de las operaciones en tiempo real
Proveedores	Gestión de pedidos Facturación Control de proveedores Historial de pedidos Información sobre productos disponibles Localización de nuevos proveedores	Más canales de comunicación Menores costos de transacción Horario de atención Mayor gestión Reducción de costos de factoraje Compartir información Interacción constante
Sector Financiero	Postulación a créditos Transferencias Manejo de capital	Localizar mejores formas de financiamiento
Gobierno	Ventanilla única Programa de apoyo Asesorías Regulaciones sobre el sector Impuestos	Ventanas de oportunidad Atención más rápida Información sobre tramites

Fuente: Casalet y González (2004).

Algunas barreras de la adopción de las TI en las empresas según la investigación del Nivel de Integración de las TICs en las MiPymes realizada por Ríos et al (2009), en el estado de Guanajuato, México son: costos de las TI y tiempos de implementación elevados que derivan en

proyectos poco rentables, esquemas de financiamiento inexistentes o inadecuados, resultados obtenidos inferiores a los esperados y poco predecibles, rápido nivel de obsolescencia de la TI que deriva en la necesidad de inversiones continuas que pierden valor rápidamente, tecnología poco flexible e inadecuada para las necesidades de la empresa, proceso de integración con otras soluciones complicado, lento y costoso, mayor necesidad de especialización contra mayor dificultad para encontrar y mantener gente especializada, resistencia al cambio que resulta en un uso deficiente y poco intensivo de las TI, adopción de tecnología por moda más que por necesidad del negocio, falta de impulso a los proyectos de TI por parte de la dirección general, infraestructura actual insuficiente para dar apoyo al uso de nuevas aplicaciones, dificultad para justificar el presupuesto de TI ante la dirección general.

El Marketing y el turismo

El marketing fue inicialmente asociado con la venta de productos tangibles, así mismo en el sector turístico se cree que ventas y el marketing son lo mismo, pero el marketing hoy en la actualidad debe entenderse bajo el razonamiento de satisfacer las necesidades del cliente. Ahora bien el turismo comprende dos sectores la hotelería y los viajes, pero con una interdependencia muy marcada, ya que el éxito del marketing de hotelería depende mucho del sector de viajes (Kotler, García, Flores, Bowen & Makens, 2011).

Kotler et al. (2011) señalan un proceso de marketing que consta de cinco etapas: (1) comprensión del mercado y de las necesidades y deseos del cliente, (2) diseño de una estrategia de marketing orientada al cliente, (3) construcción de un programa de marketing que proporciona un valor superior, (4) creación de relaciones rentables y del agrado del cliente, y (5) captura de valor de los clientes para crear beneficios y capital en forma de clientes.

Por otro lado en Oman, se desarrolló un modelo más reciente llamado Modelo TSMARK enfocado a las pequeñas empresas de turismo, y el cual esta compuesto por tres areas: Marketing, Clientes y Atributos clave de los dueños (Al Azri, 2013).

La estrategia de marketing de una empresa indica cuáles son los consumidores a los que va atender y cómo va crear valor para ellos, esto a traves de un programa de marketing que se compone del mix de marketing en conjunto con las herramientas de marketing que la organización utiliza para implementar sus estrategias (Kotler et al. 2011). Las principales herramientas del *marketing mix* se clasifican en cuatro grandes grupos, denominados las cuatro “P” del marketing, producto, precio, plaza y promoción.

La industria del turismo es conocida como uno de los sectores mas importantes en la mayoría de los países y contribuye altamente en su economía, por lo tanto, el ambiente competitivo en esta industria está forzando a las empresas a ofrecer mejores servicios a los visitantes para mantenerse competitivos (Chin et al., 2014).

El destino turístico que se entiende no solo como una zona geográfica con una de oferta de instalaciones y atracciones para los turistas, sino también como un producto cognitivo que se deriva de los proceso experimentales y de desarrollo del territorio (Varra, Buzzigoli, & Loro, 2012). El destino turístico no es un producto que pueda ser comercializado con facilidad debido a sus características inherentes, como la diversidad, intangibilidad y la participación de múltiples partes interesadas (Dileep & Sindhu, 2010).

Por otro lado, Kotler et al., (2011) define a los destinos turísticos como lugares con algún tipo de frontera real o imaginaria. Así mismo, el deseo por convertirse en un destino turístico reconocido es un reto comercial muy difícil, para hacer frente a este retos los gobiernos prefieren promover una región en lugar de una ciudad específica.

El marketing para destinos turísticos, ya sea como la planificación estratégica o como una especificación del *marketing mix* a corto plazo, tienen mucho que ganar de las herramientas computarizadas de información (Stalidis & Karapistolis, 2014), en virtud los destinos turísticos están tratando con el aumento de la competencia (Vitouladiti, 2014).

El marketing de destinos es una parte primordial en el desarrollo y mantenimiento de la popularidad de un destino, pero con mucha frecuencia los planificadores de turismo se centran solo en el desarrollo de los destinos sin prestar atención al mantenimiento y conservación de aquellos recursos que son los que realmente atraen al turismo.

La decisión sobre elegir destinos turísticos esta influenciado por variables endógenas (experiencias, percepciones) y por variables exógenas (educación, promoción, cultura, familia) (Gabor & Contiu, 2012).

Método

En la presente investigación se utilizará tanto el método cuantitativo como el cualitativo. El método cuantitativo se usará para realizar el diagnóstico de las empresas en cuanto a su

infraestructura y capacitación sobre TI, y la recolección de datos se hará a través de la aplicación de cuestionarios, que se aplicarán a una población de las personas encargadas del proceso de datos y uso de las TIC para las empresas de servicios turísticos de la Pesca, las cuales serán seleccionadas para conformar una muestra aleatoria representativa. En lo que respecta al método cualitativo, se utilizará la herramienta *Focus Group* la percepción y opinión acerca del estado que guardan los niveles de infraestructura, capacitación y uso adecuado de la TIC para promocionarse de los empresarios expertos del ramo turístico y aprovechar su experiencia empresarial para indagar los motivos para tener los niveles de los factores mencionados en aprovechamiento de las TIC en sus empresas, lo anterior se llevará a cabo a través de una convocatoria, y que tengan reconocido liderazgo en la comunidad y cuyas empresas son Pymes de servicios turísticos.

La entrevista de Grupo Focal, esta técnica ha ido en ascenso en la comunidad científica desde la segunda mitad del siglo XX. Se ha utilizado en el desarrollo de la organización (Krueger, 1988; Lachapelle 2008; Rennekamp y Nall, 2004; y White et al. 2008). El método de Grupo Focal ha existido desde la década de 1940 y ha hecho algunas contribuciones a la investigación en ciencias sociales.

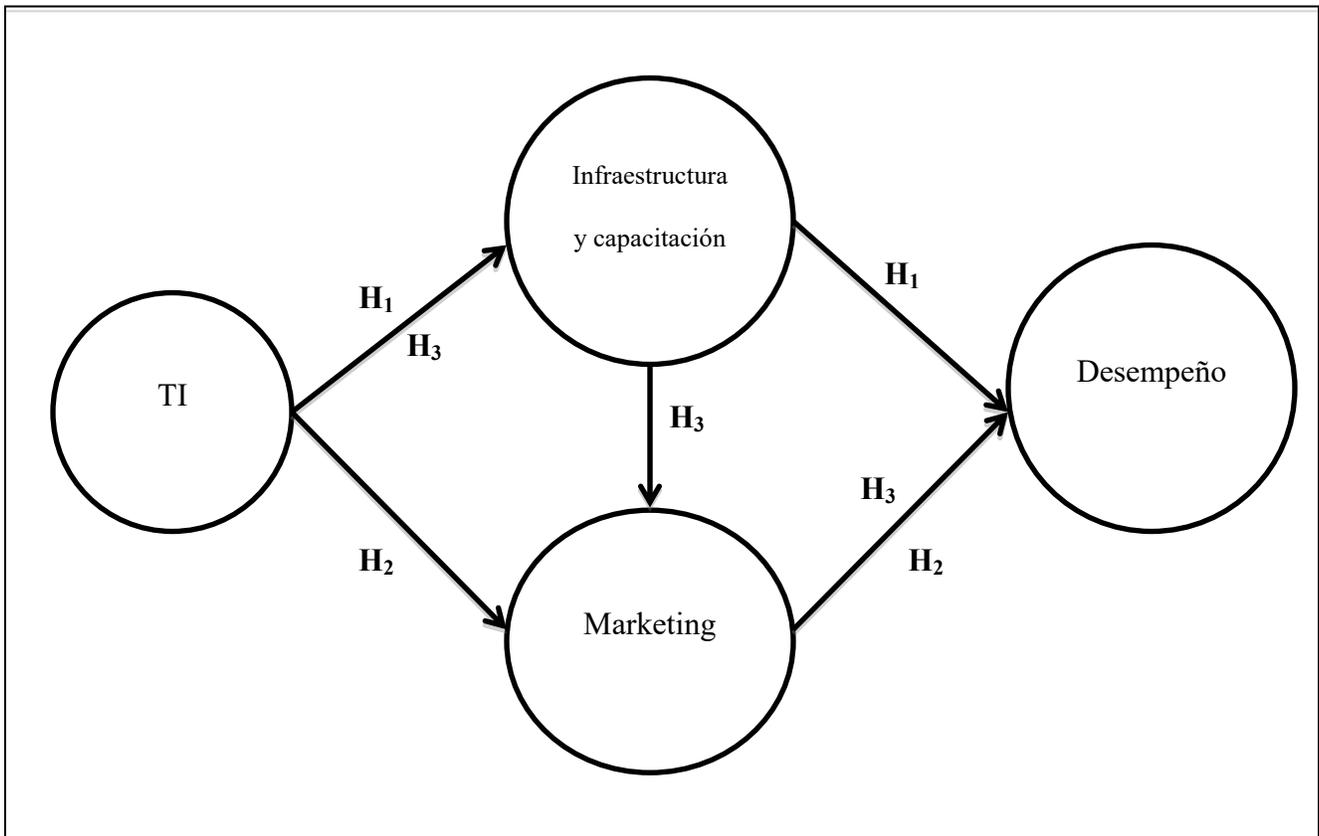
Tabla: Método a seguir en la investigación

Método Cuantitativo	Método Cualitativo
<p>*Realizar diagnóstico de las empresas en cuanto a su infraestructura, capacitación y usos sobre TI.</p> <p>*La recolección de datos se hará a través de la aplicación de cuestionarios, que se aplicaran a los encargados del proceso de datos y uso de las TICs.</p> <p>*El procesamiento de los datos será mediante estadística descriptiva de frecuencias y</p>	<p>*Determinar la percepción y opinión de los empresarios del ramo turístico sobre el estado que guardan los niveles de infraestructura, capacitación y uso adecuado de las TI.</p> <p>*Se utilizará la herramienta Focus Group para entrevistas a profundidad a los expertos y líderes de opinión del sector productivo turístico de la pesca.</p>

porcentajes.

Fuente: Elaboración propia.

El procesamiento de los datos y el análisis que se hará posteriormente es para demostrar las siguientes hipótesis, como se ilustra en el siguiente cuadro.



H₁. Las TI con la adecuada infraestructura y capacitación influyen en el desempeño de la organización.

H₂. Las TI se utilizan para funciones de marketing para mejorar el desempeño de la organización.

H₃. Las TI en conjunto con la adecuada infraestructura y la capacitación orientada a su uso en el marketing mejoran el desempeño de la organización.

Resultados

Esta es una investigación que actualmente se encuentra en proceso, en la etapa de recolección de datos, y de acuerdo al objetivo general de la misma se pretenden procesar los datos cualitativos a través de evaluar los factores de la brecha digital en la percepción de los empresarios de servicios turísticos de las Pymes asentadas en la Pesca Tamaulipas, para complementar un análisis descriptivo cuantitativo que evidenciará los factores de la brecha digital del nivel de capacitación y uso adecuado de las TIC, con propósitos de mercadotecnia en la promoción de los negocios Pymes de la rama turística de la comunidad mencionada.

Las hipótesis de la investigación se evaluarán a través de un análisis de frecuencias de las variables: uso adecuado de las Tic y Nivel de capacitación en Tic para la promoción de las empresas en las redes sociales usando Tic.

Los resultados de la investigación y el reporte de los hallazgos y recomendaciones será en abril del 2016 ante autoridades y los empresarios interesados en la misma, así mismo se presentarán ante las autoridades académicas de Posgrado de la FCAV y la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

6. Conclusiones

El uso adecuado de las herramientas para mejorar el desempeño de las organizaciones de servicios turísticos, tales como las TI y el marketing, es uno de los retos a los que se enfrentan este tipo de organizaciones, principalmente por la falta de infraestructura, capacitación e incluso la falta de conocimiento de estas herramientas.

Aprovechar estas herramientas al máximo, generaría beneficios para este tipo de organizaciones, como puede ser aumento de ventas derivado de la promoción, mediante el lanzamiento de una campaña para promocionar el centro turístico a través del internet (página web, redes sociales, comercio electrónico), para lograr que más personas lo visiten.

En el marco de de 44 Agendas de Competitividad, permitió confirmar La pesca no figura en esta agenda de competitividad por lo que así como otras comunidades oferentes de productos turísticos, enfrentan severas barreras para generar un valor agregado creciente, es decir, existe un estancamiento en la producción de riqueza, que favorezca y mejore sustantivamente el bienestar de la población local y las condiciones de rentabilidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

En ese sentido, el presente estudio busca a través de su diagnóstico generar evidencias de las necesidades de abatir la ausencia del uso y aplicación de las TIC a favor de la promoción de los servicios de estas empresas que podrían aportar elementos clave para la competitividad de esta comunidad turística con potencial.

El estudio que se lleva a cabo liberaría la capacidad creativa y la innovación que asegure capitalizar las ventajas comparativas; o dicho de otra manera, para aprovechar con bases sustentables, la extraordinaria dotación de recursos naturales, culturales y vivenciales disponibles en la Pesca.

Es por ello, que conociendo la panorámica de La Pesca, y de acuerdo a la revisión de la literatura, el proceso de estudio se llevará a cabo a través de la recolección de los datos mediante las entrevistas a profundidad de los empresarios de servicios turísticos bajo el enfoque cualitativo se llevará a cabo el focus group descrito en la metodología a través de una convocatoria a desarrollar en en Noviembre de 2015; dicho focus group se hará con la participación de los

empresarios y funcionarios clave para el fomento y desarrollo del renglón turístico de La Pesca, esta muestra ciudadanos de reconocido prestigio en el sector productivo y de gestión gubernamental aportarán lo mejor de su experiencia para generar una parte esencial del diagnóstico que persigue esta investigación. Y bajo el enfoque cuantitativo se muestrearan a los recursos humanos involucrados con el manejo y operación de las TIC orientadas a la promoción mercatotecnica.

Referencias

- Al Azri, H. I. (December de 2013). Modeling the marketability of tourism small businesses: Oman's experiences. West Lafayette, Indiana.
- Avramovic, M. (2010). Information Technology in Marketing of Tourism Destination. *Tourism & Hospitality Management*, (págs. 1377-1386).
- Bruque, S., & Moyano, J. (2007). Organisational determinants of informations technology adoption and implementation in SMEs: The case of family and cooperative firms. *Technovation*, 27, 241-253.
- Casalet, M., & González, L. (2004). Las tecnologías de la información en las pequeñas y medianas empresas mexicanas. *Revista Electronica de Geografía y Ciencias Sociales*, VIII(170).
- Chin, C.-H., Lo, M.-C., Songan, P., & Nair, V. (2014). Rural destination competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 35-44.
- Díaz, A., Ficapal, P., & Torrent, J. (2013). ICT, Innovation, Wages and Labour productivity. New evidence from small local firms. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Epoca*(2), 29-45.
- Dileep, M. R., & Sindhu, S. (2010). Destination marketing: The case of Kerala Tourism. *Journal of Tourism*, XI(2), 75-90.
- Fernández, V., & Mihi, A. (2011). New compaigns of tourism promotion and marketing. The Importance of specialization in the image of European brochures. *Economics and Managements*, 1225-1230.
- Ferrel, O. C., Hirt, G. A., & Ferrel, L. (2007). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante* (7ª ed.). México, D.F., México: McGrawHill.

- Gabor, M. R., & Contiu, L. C. (2012). Measuring the impact of promotion campaigns intended to educate tourism services consumers from Romania using Kelly's theory. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 46, 5558-5562.
- Gobierno de la República. (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013- 2018. *Plan Nacional de desarrollo 2013-2018*.
- Gobierno del Estado de Tamaulipas. (2011). *Gobierno del Estado de Tamaulipas*. Recuperado el 9 de Noviembre de 2014, de Tamaulipas: tamaulipas.gob.mx
- Hernández, J. G., Ortiz, R. M., & Uribe, A. R. (2013). Innovación y conocimiento tecnológico en la sociedad del siglo XXI: la revolución de las TICs. *Nueva Epoca*, 89-96.
- INEGI. (2002). Anuario estadístico del estado de Oaxaca 2001.
- INEGI. (2010). *México en Cifras*. Recuperado el 19 de Agosto de 2013, de INEGI: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2011). Censos Economicos: Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos.
- Janke, F., & Packova, M. (2013). Impact of ICT investments on performance of companies in transition economies: evidence from Czech Republic, Hungary and Slovakia. *Quality Innovation Prosperity*, XVII(2).
- Kim, H., Kim, T., & Shim, S. (2009). Modelling roles of subjective norms and trust in customer acceptance of airline B2C ecommerce websites. *Tourism Management*, 266-277.
- Kotler, P., García de Madariaga, J., Flores, J., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2011). *Marketing Turístico* (5a Edición ed.). Madrid, España: Pearson.
- Mora, M., Lerdon, J., Torralbo, L., Salazar, J., Boza, S., & Vazquez, R. (2012). Definición de las brechas en el uso de las TICs para la innovación productiva en pymes del Sector Pecuario Chileno. *Journal of Technology Management & Innovation*, 171-182.
- Murphy, J., Hashim, N., & O'connor, P. (2007). Take Me Back: Validating the wayback Machine. *Journal of Computer Mediated Communication*.
- Namani, M. B. (2013). Information Technology, Internet, and Marketing. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 4(1), 103-110.

PED. (2011). *Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016*. Obtenido de Gobierno del Estado de Tamaulipas:
http://tamaulipas.gob.mx/wp-content/uploads/2011/04/Plan-Estatal_Baja.pdf

Peirano, F., & Suárez, D. (2004). Estrategias empresariales para el uso y aprovechamiento de las TICs por parte de las pymes argentinas en 2004. *Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación Superior*.

Peterson, R., Balasubramanian, S., & Bronnenberg, B. (1997). The exploring the implications on the internet for the consumer marketing. *Journal of the Academy Marketing Science*, 329-346.

Pitoska, E. (2013). E-Tourism: The use of internet and information and communication technologies in tourism: The case of hotel units in peripheral areas. *Tourism in South and Eastern Europe*, 335-344.

PND. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013 - 2018*. Obtenido de <http://pnd.gob.mx/>

Purcell, F., Toland, J., & Huff, S. (2010). *The potencial of e-commerce for remotely located SMEs: case studies from Samoa*. In *Electronic Commerce in Small to Medium-Sized Enterprises: Frameworks, Issues and Implications*. Al-Qirim NAY: Idea Group: Hershey PA.

R. Ayuntamiento Soto la Marina. (2011). *Plan Municipal de Desarrollo 2011-2013*. *Periódico Oficial del Estado de Tamaulipas*.

Ríos, M., Toledo, J., Campos, O., & Alejos, A. A. (2009). Nivel de integración de las TICs en las MIPYMEs, un analisis cualitativo. *Panorama Administrativo*, 157-179.

Romero, P., Saldívar, C. E., Delgado, R., & Sánchez, L. (2012). *Tecnologías de la información y la comunicación* (1ª ed.). Naucalpan de Juarez, Estado de México, México: Pearson.

Secretaría de Turismo. (2006). *Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal*. Recuperado de Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas:
http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/desarrollo_turistico_municipal.pdf

Shin, N. (2007). Information Technology and Diversification: How their relationship affects firm performance. *Proceeding of the 40th Hawaii International Conference on System Sciences*.

Stalidis, G., & Karapistolis, D. (2014). Tourist destination marketing supported by electronic capitalization of knowledge. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 110-118.

Suárez y Alonso, R. C. (2007). *Tecnologías de la información y la comunicación. Introducción a los sistemas de información y de telecomunicación* (1ª ed.). España: Ideas Propias.

Varra, L., Buzzigoli, C., & Loro, R. (2012). Innovation in destination management: social dialogue, knowledge management process and servant leadership in the tourism destination observatories. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 41, 375-385.

Vitouladiti, O. (2014). Content Analysis as a research tool for marketing, management and development strategies in tourism. *Procedia Economics and Finance*, 9, 278-287.



MODELO DE REINGENIERÍA DE PROCESOS DE NEGOCIOS

Autores:

Dr. Rogelio Jaramillo Garza

Dr. Juvencio Jaramillo Garza

Universidad Autónoma de Nuevo León Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica

Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León

Tels. 044-8117984599 /044-8110216234

*e-mail: jjgaramillo@yahoo.com
rogelio.jaramillo@csc.femsa.com.mx*

Fecha de envío: 16/Abril/2015

Fecha de aceptación: 17/Junio/2015

Resumen

La presente propuesta está centrada en analizar los modelos de Reingeniería de Procesos de Negocios los cuales deben evaluarse como Casos de Negocios en forma cuantitativa y cualitativa, sobre la cual se genera una nueva metodología la cual es adaptable y flexible a la empresa, la cual le permita mejorar su competitividad.

Palabras claves: Reingeniería, Procesos, Negocios

Introducción

Las investigaciones y estudios con base científica de la reingeniería de procesos o simplemente reingeniería es un término que data desde los años 80 [Narashimham, 1996], y al día de hoy se reconoce que existe grandes oportunidades de investigación y publicación orientada a la academia y al medio empresarial y al sector gobierno.

Justificación

La justificación de esta investigación obedece a que es prioritario mejorar la rentabilidad de los negocios por lo cual se requiere estar al día con las mejoras prácticas de negocios, ofrecer mejor servicio a los clientes nos asegura estar en el mercado competitivo procurando la mejora continua y la calidad, buscar e implementar la mayor automatización de los procesos.

Para ello es importante también la reducción de esfuerzos por medio de la simplificación de las tareas, así también es necesario evaluar si el proceso funciona acorde a las necesidades actuales; cabe mencionar que los procesos representan un costo importante para las empresas, por lo que una depuración de los mismos genera una rentabilidad importante a la organización.

Tener una metodología que pueda ser tomada por la comunidad académica y llevarlos a niveles empresariales que nos permita tener proyectos más eficientes, rápidos y rentables y con un nivel de calidad que sobrepase las expectativas, considerando siempre las premisas, riesgos e issues que consigo lleva.

Es necesaria la explotación de las herramientas de reingeniería, que sean utilizadas por los académicos a la metodología y ser implementadas a las organizaciones, con el fin de que las utilice el personal del mismo negocio, ya que estas nos facilitan satisfacer la solución de

necesidades y maximizar el rendimiento sobre la inversión, intensificando el enfoque integral de la visión.

Objetivos y Metas

Objetivo general:

Desarrollar e implementar un nuevo modelo de reingeniería de procesos de negocios que apoye a la eficiencia y mejora de los procesos actuales y/o nuevos a analizar.

1) Objetivos específicos:

a) Académicos

- Desarrollar un nuevo modelo en función a la investigación científica, a la academia y a las tendencias del medio empresarial.

- Validar la aplicación de la metodología propuesta

- En función a resultados obtenidos implementar el método para el proceso en cuestión en todas las unidades involucradas del negocio

b) Institucionales

- Obtener mayores beneficios económicos y cuantitativos debidos a la reducción de costos asociados al proceso como al incremento de rendimiento de los procesos.

- Generar excelente satisfacción del cliente debido a la reducción del plazo de servicio y mejora (s) de la calidad del producto / servicio.

- Producir mayor satisfacción del personal debido a una mejor definición de procesos y tareas

- Asegurar mejor conocimiento y control de los procesos

- Conseguir un mejor flujo de información y estadísticas.

- Disminución de los tiempos de proceso del producto o servicio.
- Propiciar mayor flexibilidad frente a las necesidades de los clientes

2) Metas:

- Alcanzar beneficio superior al 20% en relación al costo actual del proceso.
- Documentar el 100% de los procesos para la reutilización, reevaluación y perfeccionamiento de los mismos (siendo específico en cada parte del mismo)
- Documentar los métodos de reingeniería implementados por las organizaciones exitosas enriquece el conocimiento y facilita el análisis que permite fomentar la innovación del investigador, profesional de la empresa y en sí de los involucrados en el proyecto

3) Planteamiento del Problema

El problema en cuestión es: que las empresas a falta de una metodología de reingeniería de procesos de negocios eficiente e innovadora le genera una baja eficiencia operativa y complejidad en el desarrollo de sus prácticas empresariales en el proceso (s) en cuestión

4) Hipótesis

H1 = A mayor satisfacción del uso de técnicas y métodos de reingeniería mayor eficiencia operativa en la empresa.

H2 = A mayor disposición de manuales de operación de reingeniería de procesos, mayor facilidad para la ejecución excelente de tus procesos – actividades.

Marco Teórico

Cabe mencionar que el desarrollo de esta Nueva Metodología de Reingeniería de Procesos de Negocios propiciará más investigaciones detalladas.

“La reingeniería es la revisión fundamental y el re diseño radical de procesos de negocios para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento tales como costos, calidad, servicio y rapidez.” (Hammer y Champy)

A las “múltiples versiones de los trabajos” se les conoce como el fin de la estandarización. La reingeniería de procesos en las empresas públicas y privadas inicia en la década de los 80, sus precursores son Hammer y Champy [1993] definieron a la reingeniería como “la revisión fundamental y el rediseño radical de los procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y componentes de rendimiento, tales como calidad, costos, servicio y rapidez de entrega”.

Es relevante considerar para que un estudio de reingeniería tenga éxito, debe cumplir al menos alguno de estos 4 aspectos según Champy [1994]:

- I. Cuestionamiento continuo sobre el fin y razón de ser de todo lo que se hace en la organización, ya sea procesos, productos, servicios, métodos de trabajo, etc.
- II. Un cambio cultural en todos los niveles de la empresa para favorecer un ambiente de cambio.
- III. Crear nuevos procedimientos, normas y estándares para lograr mejores niveles de desempeño de la empresa; es importante fijar objetivos radicalmente “más retadores que los anteriores” [Champy, 1994] y establecer un liderazgo para lograrlos.

IV. Definir el tipo de personal para realizar el cambio cultural y la implementación de los nuevos procedimientos para que el cambio no sea agresivo y se logre una adaptación precisa de las normas y estándares propuestos.

Este concepto ha tenido una evolución al incluir un contenido estratégico, quedando una definición como la que Lowenthal [1994] nos dice: “es un rediseño y un replanteamiento fundamental de los procesos operacionales y la estructura organizacional, enfocados a mejorar la competitividad de la empresa por medio de mejoras dramáticas de su desempeño”.

En consecuencia evoluciona al grado de establecer indicadores de factores críticos administrativos, operacionales, financieros, entre otros, según las necesidades de la empresa y del proceso.

Puesto que en la presente propuesta nos enfocamos en la optimización del diseño de los procesos para incrementar la eficiencia operacional y financiera.

Los objetivos propuestos en esta metodología se obtienen la medida que exista compromiso y disciplina operacional, esto en función a la participación en Casos de Negocios (Business Case) de éxito en algunas Unidades Estratégicas de Negocios (UEN)

Se visualiza que este concepto no se ha investigado a profundidad en empresas medianas y pequeñas, y que una documentación del mismo enfocado a la investigación del método, permite un análisis más conciso y detallado de las oportunidades de un negocio, logrando así una adaptabilidad eficiente a las nuevas tendencias del mercado.

Así, la situación ideal es afrontar una reingeniería inicial de procesos para a partir de ahí, trabajar con los conceptos de mejora continua.

Deloitte en su metodología considera los siguientes aspectos Conectar los requerimientos del negocio con soluciones basadas en tecnología, lo cual permite tener una mayor agilidad para que

el negocio logre sus objetivos, procura en lo posible dar valor agregado a la integración entre diferentes aplicaciones mediante un proceso general que los organice, así como poder realizar mejoras al proceso operativo mediante el uso de la tecnología para ser cada vez más eficientes, eficaces y competitivos. En su enfoque de negocio declaran dentro del contexto de la reingeniería de negocios lo siguiente: Su enfoque de implementación de procesos de negocio cierra el gap entre Negocio y Tecnología., así como el extender la perspectiva del negocio para tener mayor participación en la ejecución de los procesos funcionales. Por último en cuanto al Caso de Negocio proponen que el valor de un proyecto se justifica con un “caso de negocio”, documento que logra justificar el valor de un proyecto desde la perspectiva de su funcionalidad, impacto al negocio y valor financiero, lo que resulta totalmente efectivo al momento de solicitar una inversión.

BearingPoint, una de las firmas de Consultoría de Tecnología y Administración más grandes del mundo, anunció que Forrester Research reveló que la actual oferta de Arquitectura Orientada a Servicios (SOA, por sus siglas en inglés) de BearingPoint recibió la más alta calificación de acuerdo con el reporte “The Forrester Wave™: North American SOA Integration, Q3 2006, Forrester Research, September 2006”. La compañía basa su acercamiento en las principales prácticas de negocio, el comparativo de la posición en el mercado y la referencia de arquitecturas de organizaciones con características similares. En su enfoque de análisis se orienta hacia las necesidades de procesos de sus clientes y en lo posible procura impulsar alianzas del vendedor con las soluciones de co-desarrolladores, probando metodologías y estrategia en común para atender al mercado , para ofrecer un acercamiento de productos centralizados para desarrollar

aplicaciones que requieren las organizaciones en particular y que puedan modificar rápidamente, atendiendo procesos de back office y de front office

Es importante señalar que también analizamos las metodologías de empresas de Consultoría a nivel internacional como Deloitte y Bearing Point, de las cuales a continuación mostramos un comparativo de conceptos , ventajas y desventajas , respecto de nuestra propuesta

CUADRO COMPARATIVO DE METODOLOGÍAS DE REINGENIERÍA DE PROCESOS			
AUTORES	CONCEPTO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
DELOITTE	A través de analizar los procesos actuales y hacer propuestas de mejoras	Diagnóstica la situación actual y hace propuesta de mejora	La implementación se complica al no tener detalle necesario en algunos puntos del proceso
BERAING POINT	Realiza su recomendación a través de fases : situación actual, propuesta, diseño y desarrollo de la propuesta	Diagnóstica la situación actual y hace propuesta de mejora y establece diseño para la mejora	La implementación se complica al no tener precisado repercusiones de recursos involucrados (humanos, tecnológicos, financieros)
JARAMILLO , JARAMILLO	Agrupar , simplifica lo expresado en las metodologías anteriores	Diagnóstica la situación actual, hace propuesta de mejora , establece diseño para la mejora, integra lo relacionado la parte financiera como caso de negocios	En la implementación seguir perfeccionando de una manera simple y práctica las oportunidades que se presentan

La literatura Relacionada a la Reingeniería de Procesos de Negocios es la siguiente:

Drivers of Reengineering Effort	Literature
Competitive Environment	Brooks & Reast (1996), Huff (1992),
Internal Changes	Boudette (1990), Howard (1992),
Information Technology	Benjamin & Blunt (1992), Morris &
Global Business Processes	Brandon (1991)

	<p>Cushman & King (1997), Bulkeley (1992)</p> <p>Huff (1992), Boudette (1990), Herman (1992)</p> <p>Kutschker (1994)</p>
<p>Reengineering Process</p> <p>Strategic Intent and base competency</p> <p>Process definition</p> <p>Activity analysis</p> <p>Root cause analysis</p> <p>Process refinement</p> <p>Benchmarking</p> <p>Project types</p>	<p>Literature</p> <p>Stephens & Etherington (1996), Lawrence (1991), Murray & Hardin (1991)</p> <p>Claydon & Boiling (1997), Gulden & Reck (1992), Freiser (1992)</p> <p>Rasmus (1992), Fitzpatrick (1992), Palmer & Bums (1992)</p> <p>Shanahan & Heyland (1997). Fitzpatrick (1992)</p> <p>Boudette (1990), Fitzpatrick (1992), Wilkinson (1991)</p> <p>Wright & Basu (1997), Peterson (1992)</p> <p>Teng, Jeong. & Grover (1998)</p>
<p>Reengineering Facilitators</p>	<p>Ramsay, Preece, & Davy (1997), Ackerman (1996), Lindeberg (1996), Bishop (1996). Huff (1992), Burgetz (1991), Rubin (1992). Howard (1992).</p>

	Ryan (1992)
Reengineering end product	Stephens & Etherington (1996), Rubin (1992). Keen (1991), Morris & Brandon (1991)

Source: Base adapted from Sethi and King, 1998 and modified

Las dimensiones de la de reingeniería de procesos

Las variables relacionadas con los procesos de negocio de una organización se dividen en tres dimensiones, que son: Tecnología, Personas y Estrategia-Estructura.

Este modelo fue desarrollado tomando de base el trabajo de Grover y Kettinger (1995). Los cuales encontraron la existencia de la interacción entre las procesos de las empresas y las variables anteriores. Cada una de estas dimensiones tiene una interacción directa con los procesos principales de la estructura organizacional de la empresa.

La operacionalización de las variables de investigación

Variable	Nombre operacional	Comentarios
Número de proyectos	Num.proy	Num. de proyecto de reingeniería
Nivel de desarrollo económico	Niv-des-eco	Lugar que ocupa en el mercado
Infraestructura económica	Infest-eco	Capacidad de infraestr económica
Estabilidad política	Estab-pol	Nivel de seguridad política
Infraestructura tecnológica	Infest-tec	Nivel de infraestr tecnológica
Apoyo de la alta dirección	Apoyo-alta-direc	Nivel de apoyo de la alta direcc.
Sector en el que participa	Sector-industrial	Tipo de sector económico
Participa en otros países	Empresa-internacional	Es empresa internacional

Factores que afectan el éxito de la Reingeniería de Negocios

FACTORES	EXPLICACIÓN
Relaciones profundas	El establecimiento de estas relaciones entre las organizaciones
Compromiso	Compromiso de los directivos, empleados y de los recursos
Definición de funciones	Roles claros definidos para los diversos grupos, especialmente para el grupo de tecnología / equipo
Objetivos del proyecto	El establecimiento de metas claras, pero como se desprende de los casos de negocios, esto no tiene que ser cuantitativa, siempre y cuando los objetivos son claramente son transmitido a los participantes
Adaptación Cultural	Es posible rediseñar los procesos globales entre las empresas con culturas diferentes, pero esto requerirá la construcción de relaciones entre homólogos de todas las organizaciones
Participación	Los empleados deben participar aunque el nivel de empoderamiento puede variar drásticamente en las empresas

Procedimientos

•El diseño de la investigación metodológica de Reingeniería de Procesos a seguir está integrada en las siguientes etapas en su primera parte (etapas de la 1 a la 4), así como la aplicación de un cuestionario que nos permita sensibilizar con los usuarios las técnicas relacionadas con la reingeniería de procesos que utilizan en sus centros de trabajo

- 1) Fase Inicial
- 2) Creación de Procesos y Módulos
- 3) Conceptualización del Diseño del SIG (Sistema de Información de Gestión)
- 4) Operacionalización del SIG
- 5) Creación de las Bases de Datos del SIG
- 6) Elaboración de Manuales del Diagnóstico
- 7) Elaboración de Manuales del Deber Ser

A continuación se describen los aspectos relevantes de cada una de las siete etapas:

1- Etapa 1: Fase Inicial

- a) Meta: Se precisa validar que se tiene disponibilidad de los recursos necesarios para iniciar la ejecución de las siguientes fases de la metodología
- b) Pasos a seguir: Generar carpetas o archivos de información por proceso - subproceso, Integrar y revisar información actual existente, en su caso determinar faltantes de información, y considerar la posibilidad de incluir lineamientos de la Alineación Estratégica del negocio
- c) Resultados compromisos: Actualización de información, actualizar por sección o carpeta por Proceso y Prioridades de los dueños del proceso.

Es necesario definir una persona clave dentro de la Unidad de Negocio y de la operación que será el contacto único (ventanilla única) para obtener información procedente así como la elaboración de la integración

El primer paso es solicitar internamente al equipo del Proyecto la información que se obtuvo de etapas previas del proyecto (es importante no solicitar información que ya se pidió con anterioridad o que no da valor agregado)

Es relevante clarificar el formato en que se requiere la información (que información es importante y necesaria) en donde aplique, así como definir un tiempo razonable para la recepción de esta información

En esta función se recibe la información, se integra y arman las carpetas por proceso

Es importante cuestionarnos: ¿Qué información se debe integrar?, ¿Cómo se debe integrar?, ¿Quién la va a integrar?, ¿Propósito de integrar?, entre otras situaciones

Esto es indispensable ya que infiere directamente en la información a recopilar en entrevistas, con grupos de trabajo e impacta su duración.

Es de suma importancia definir las áreas y funciones que requieran más detalle y en consecuencia más tiempo, comprender la mayor parte de prácticas actuales que requieren más tiempo y quién hará el análisis de procesos - subprocesos

Existen actividades administrativas que también deben asegurarse dentro de esta etapa: Recursos del proyecto completos (humanos y financieros, tecnologías de información y comunicación, entre otros)

2- Etapa 2: Creación de Procesos y Módulos

- a) Meta: Es trascendente el determinar el modelo de operación actual de las áreas de negocio y validar el alcance del análisis del proceso (s) – subproceso (s) en cuestión
- b) Pasos a seguir: Integrar y validar modelo operacional actual, validar con personal clave de la operación y obtener aprobación de arqueo de procesos
- c) Compromisos de Resultados: Esquema de operación actual y arqueo de procesos consensados en forma modular.

Cuestionarnos lo siguiente: ¿Qué significa incorporar el modelo operacional actual?, esto responde a establecer la forma de operar del área funcional para entender su alcance, prácticas y procesos. Se toma como base la información recopilada.

Arqueo de Procesos y Sub-procesos: Para efectos de tener un listado de todos los procesos de negocio realizados por el área funcional con su siguiente nivel de detalle que son los Sub-procesos que estén dentro del alcance.

Elaborar el Diagrama de Flujo de primer nivel de Sub-procesos, el cual describe el flujo de actividades e información de cada proceso, en una segunda fase elaborarlos a un segundo nivel (detalle a su mínima expresión)

Actualizar el Inventario de Actividades: Listado de las actividades principales que se realizan en el área funcional, indicando el proceso y sub-proceso al que pertenecen los clientes, servicios y entregables por procesos y/o sub-procesos, principales prácticas operacionales de negocio, guía de jerarquía (mapa que indica quienes son las personas de poder o de influencia en la organización), el cual se califica e identifica a los integrantes por su influencia en los demás, conocimiento y/o experiencia.

Guía de Jerarquía: Para su elaboración se establecen los tipos de poder que se quieren considerar y se le dé un peso a cada uno, ¿A quién queremos y/o debemos influenciar para permear el cambio al resto de la organización?

Agendar sesión(es) con el Consejo de Autorización para: Aprobación de Arqueo de Procesos y Sub-procesos, así como asegurar y complementar lineamientos de Alineación Estratégica.

3- Etapa 3: Conceptualización del Diseño del Sistema de Información de Gestión (SIG) p

Diseño de los Layouts de Inputs, Outputs del SIG

a) Meta: Definir la forma óptima de obtener la información necesaria para poder la elaborar manuales del diagnóstico, en el contexto de la estrategia y el plan de recopilación.

b) Pasos a seguir: Establecer estrategia de recopilación, envío de cuestionarios vs entrevistas vs grupos de trabajo, definir muestra a entrevistar, elaborar plan de recopilación.

c) Compromisos de Resultados: Plan de entrevistas, grupos de trabajo y plan de recopilación información.

Nos permite definir la mejor forma de enfocar el esfuerzo de recopilación de información considerando, la cantidad de fuentes de información de personas y ubicaciones.

Establecer un workshop de arranque para cada proceso, en el cual se incluye a las personas clave y a gerentes y a algunos jefes que sean los que mejor operan (esto se valida con la persona clave de la operación)

Se enfoca a: realizar la comunicación del proyecto así como a la validación del modelo operativo para este proceso de reingeniería de procesos

¿Cuáles son los entregables finales de esta etapa?: plan de grupos de trabajo, diagrama de Gantt en el que se muestre la realización y las fechas límite para sus actividades de preparación, responsables de ejecución, entre otros

Principal problemática y riesgos operativos actuales

–Cuál es el riesgo y/o problema, en qué actividad, qué causa del riesgo, solución posible, impacto

Validar oportunidades de simplificación, automatización, estandarización que hayan salido de etapas previas.

Interacción con otras áreas, quienes son sus clientes, como lo evalúan, que oportunidades existen.

4- Etapa 4 - Implementación de la Operación del SIG (Recopilación de Información)

a) Meta: Es tener la posibilidad de aplicar el plan de recopilación establecido y obtener la información básica y necesaria para realizar el análisis de la situación actual

b) Pasos a seguir: Ejecutar pasos a seguir de recopilación, entrevistas, envío y recepción de cuestionarios, entre otras alternativas de recopilación de información.

c) Compromisos de Resultados: Una vez realizado el plan de recopilación de la información, en esta etapa se ejecutan los pasos a seguir incluidos en el plan (entrevistas, grupos de trabajo, cuestionarios)

Lo más relevante en esta etapa es: el dar seguimiento y actualización diaria de agenda/plan, monitoreo constante del responsable del PMO (Project Management Organization) y el avance del líder del Proyecto.

MÉTODO

En esta sección se establecen los lineamientos y el marco metodológico a través de los cuales se logró compilar, organizar, inferir e interpretar la información obtenida para resolver el problema (sensibilidad con el uso de técnicas de reingeniería de procesos) y comprobar las hipótesis propuestas.

La investigación se circunscribe a los municipios de Monterrey y su área metropolitana

Se aplicó la técnica de muestreo aleatorio simple con una muestra de 75 empresas.

Se utilizará para esto como variable dependiente eficiencia operativa en la empresa, y las variables independientes serán técnicas y métodos de reingeniería, y manuales de operación de reingeniería de procesos.

El objetivo del cuestionario es recabar información necesaria para su posterior análisis de las empresas en los municipios anteriormente mencionados, cuál es la cultura de los empresarios en cuanto a la reingeniería de procesos y a su vez analizar qué variables la impactan.

Se realizó un análisis en cuanto cual es el desempeño operativo de la empresa en un ambiente de competitividad.

RESULTADOS

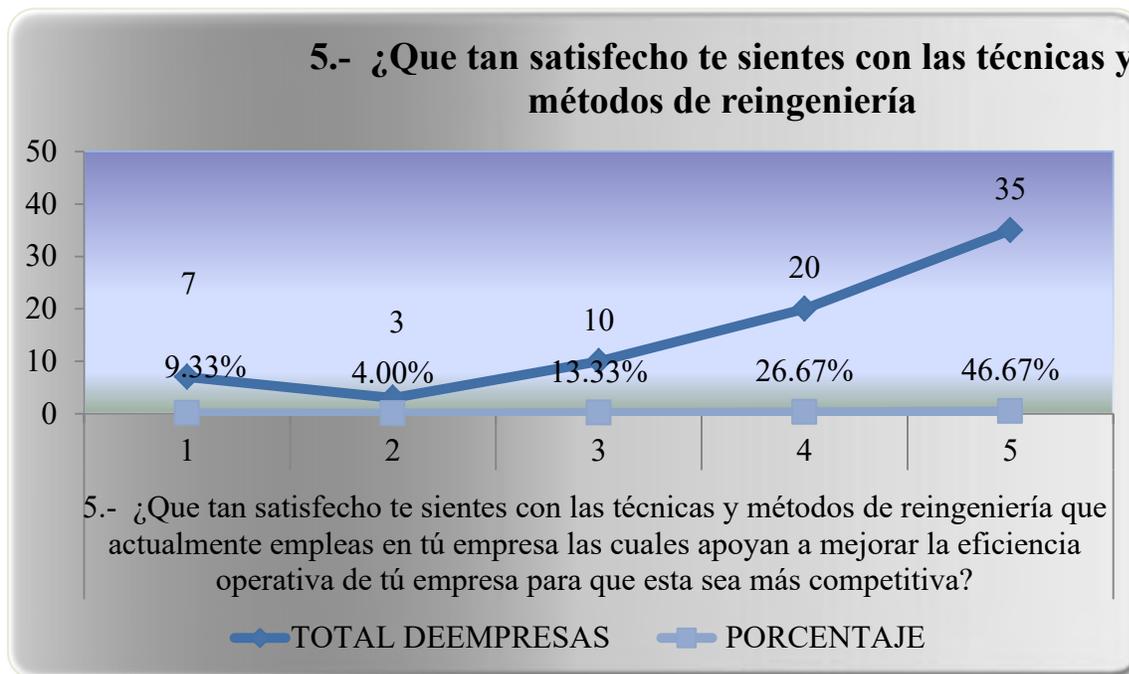
En este capítulo se establecen los hallazgos con los cuales se logró inferir e interpretar información obtenida para solucionar el problema y demostrar las hipótesis propuestas.

Análisis descriptivo de los datos

Enseguida se muestran los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a 75 empresas participantes para el proyecto.

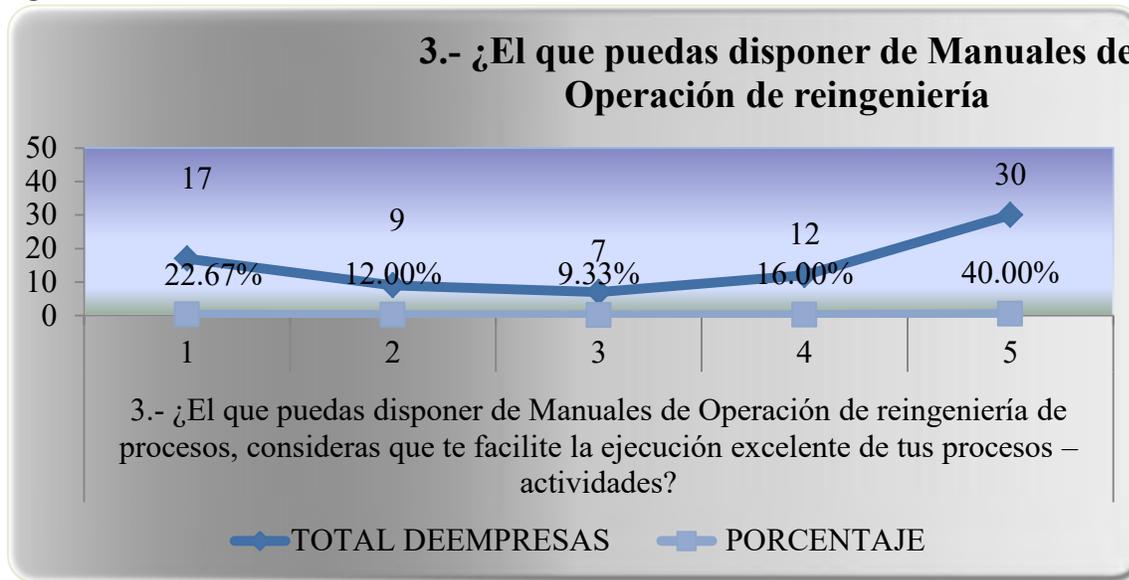
En la **figura 1** se muestra que el 46.67% de las empresas encuestadas se sienten muy satisfechos al estar usando técnicas y métodos de reingeniería de procesos, el 26.67% se siente satisfecho, el 13.33% están en un punto neutro, 4.00% se siente insatisfecho mientras que el 9.33% está muy insatisfecho.

Figura 1



En la **figura 2** se muestra que el 40.00% de las empresas encuestadas se sienten muy satisfechos al disponer de manuales de operación de reingeniería de procesos, el 16.00% se siente satisfecho, el 9.33% están en un punto neutro, 12.90% se siente insatisfecho mientras que el 22.67% está muy insatisfecho.

Figura 2



CONCLUSIONES

Discusión. Encontramos en la revisión de la literatura de este trabajo, que las empresas en su gran mayoría tienen una satisfacción sobre el tema de la reingeniería de procesos y esto hace que tenga alta eficiencia operativa, no obstante, las grandes y medianas empresas si cuentan con un amplio conocimiento sobre este tema, esto en función de las respuestas de las encuestas realizadas.

Conclusiones. Las hipótesis propuestas, la hipótesis 1 fue aceptada y la hipótesis 2 fue rechazada. Cabe destacar que las variables: técnicas y métodos de reingeniería, y manuales de operación de reingeniería de procesos, todas ellas afectan en forma positiva al funcionamiento de las empresas.

Recomendaciones. Se sugiere que este tipo de investigaciones o estudios se realice en el resto de los municipios que comprenden el área metropolitana de Nuevo León. Es importante que los administradores incrementen su conocimiento en cuanto a la reingeniería de procesos para así apoyar a mejorar la eficiencia operativa de la empresa.

ANEXO 1

ENCUESTA SOBRE REINGENIERÍA DE PROCESOS DE NEGOCIOS

Pregunta	Escala de importancia				
	Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Neutro	Satisfecho	Muy satisfecho
1.- ¿Que tan satisfecho te sientes al recibir cursos de capacitación de reingeniería de procesos en tú empresa?	1	2	3	4	5
2.- ¿Qué grado de satisfacción te produce el emplear metodologías de reingeniería de procesos en tú centro laboral?	1	2	3	4	5
3.- ¿El que puedas disponer de Manuales de Operación de reingeniería de procesos, consideras que te facilite la ejecución excelente de tus procesos – actividades?	1	2	3	4	5
4.- ¿Que tan satisfecho te sientes al redactar documentos de reingeniería de procesos para apoyar a mejorar la competitividad de tú empresa?	1	2	3	4	5
5.- ¿Que tan satisfecho te sientes con las técnicas y métodos de reingeniería que actualmente empleas en tú empresa las cuales apoyan a mejorar la eficiencia operativa de tú empresa para que esta sea más competitiva?	1	2	3	4	5
6.- ¿Que tan satisfecho te sientes de disponer de un documento de Acuerdos de Nivel de Servicios para cumplir en tiempo y forma con los objetivos de tú empresa?	1	2	3	4	5
7.- ¿Que tan satisfecho te sientes de proporcionar información de tus procesos y tus actividades actuales relacionadas a través de workshop, cuestionarios y entrevistas?	1	2	3	4	5

8- ¿Que tan satisfecho te sientes en tú empresa en cuanto a la integración con otras áreas, en herramientas, procesos, prácticas de planeación, presupuestos y simulación?	1	2	3	4	5
9- ¿Que tan satisfecho te sientes el tener documentado y arqueado tus procesos y subprocesos especificando las prioridades y puntos críticos de las actividades que desarrollas en tú empresa?	1	2	3	4	5
10.- ¿Que tan satisfecho te sientes al darle seguimiento a los proyectos de reingeniería de procesos de tú empresa?	1	2	3	4	5

Bibliografía

- Champy, J. Reingeniería en la Gerencia. Colombia 1995. Editorial Norma.
- Hammer, M. From cow paths to data paths. Computer World. 1989-1990
- Hammer, M.; Champy J. Reingeniería. Colombia 1994. Editora Norma..
- Johanson, H.; McHugh P.; Pendlebury, A.; Wheeler, W. Reingeniería de Procesos de Negocios. México, 1994, Limusa, S.A.,
- Howard Smith, Peter Finger. Business Process Managment, Meghan – Kifer Press, 2007
- Escalante, E.; Seis Sigma, Editorial Limusa, 2005
- Roberts, Ronda; Issues in modeling innovation intense enviroments: the importance of the historical and cultural context. Technology analysis and Strategic Management 17 (4) 477 – 495, 2005
- Sanjay M. Information Theory and Best Practices in the IT Industry . Springer US, 2013
- Sanjay, M. Business Process Reengineering ,Springer Verlag, 2013
- Bhanot P; Business Process Reengineering Project. American Public Human Services Association, 2014
- Sethi, V. & King, W. (1998). Organizational Transformation through Business Process Reengineering: Applying the Lessons Learned. Prentice Hall.
- Grover, V. & Kettinger, W. (Eds.). (1995). Business Process Change Reengineering: Concepts. Methods and Technologies. Harrisburg: Idea Publishing Group.



ADMINISTRADOR DE TAREAS PARA APLICACIÓN FISCAL

Rismary Cabrera Estévez
Havanatur (Cuba)
risitos1987@gmail.com

Calle 8 No.30 Reparto La Gloria, Camagüey, Cuba, 535-3847393

Fecha de envío: 20/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 09/Abril/2015

Resumen / Abstract

El sector jurídico ha sido beneficiado como parte de la informatización de la sociedad. Formando parte de esta iniciativa se encuentra el proyecto Sistema de Gestión Fiscal (*SGF*) que tiene como objetivo informatizar los procesos fiscales para agilizar la toma de decisiones, la eficiencia en el trabajo y elevar los niveles de conformidad por parte de los ciudadanos. Diariamente en las fiscalías se recibe un gran número de casos que tienen términos que no pueden vencerse. Controlarlos es un proceso complicado que requiere de una buena gestión de la información entre las partes involucradas. Esta investigación tiene como objetivo ofrecer una aplicación libre para el proyecto SGF, que automatice los procesos de control y seguimiento de los casos y que permita mantener actualizados a los fiscales de todos los procesos y que la misma pueda integrarse fácilmente a proyectos que lo requieran.

The legal sector has been benefited as part of the computerization of society. The Fiscal Management System (FMS) project is included in this initiative, which aims to computerize the fiscal processes to streamline decision-making, work efficiency and raise levels of compliance by citizens. Daily, in each of the procurator a large number of cases with terms which cannot expire are received. The control of these cases is a very complicated process that requires good management information among the parts involved. This research aims to offer a free application for FMS project that automates the process of controlling and monitoring of cases and allows prosecutors to be updated on all processes and that it can be easily integrated into projects that require it.

Palabras Claves / Key Word: aplicación web, tarea(s) automática(s), administrador de tareas, notificaciones / automatic task, notifications, task manager, web application.

Introducción

El progreso de las Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones (TIC) ha llevado consigo un cambio drástico a nivel mundial. Actualmente estas tecnologías están sufriendo un desarrollo vertiginoso que beneficia prácticamente a todas las esferas de nuestra sociedad, convirtiéndose en una herramienta fundamental en el desarrollo económico y social de cualquier nación. Estos cambios han tenido un gran impacto en la forma de revolucionarnos, comunicarnos y estructurar el pensamiento, generando una gran influencia en la toma de decisiones de disímiles instituciones.

Entre los diferentes programas de informatización de la sociedad cubana se encuentra el desarrollo de una aplicación web en la Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI) para los procesos en las fiscalías, con el objetivo de agilizar la toma de decisiones y elevar el control de los casos que se procesan.

La asignación del trabajo en las fiscalías se realiza de jefe a subordinados. Por lo general cada jefe tiene un grupo numeroso de subordinados y estos a su vez un gran número de casos a procesar, debiendo estar pendiente en todo momento de cada uno de ellos, ya que tienen plazos definidos e inquebrantables para su cumplimiento y/o entrega. Todo este proceso requiere un alto volumen de información a tramitar, generando gran cantidad de documentos que precisan de un considerable empleo de tiempo y esfuerzo, lo que hace más complejo el control que debe llevarse sobre todos los documentos y generando gran carga de trabajo para los fiscales, lo que trae consigo que existan deficiencias en la ejecución del trabajo.

El proyecto, cuyos resultados aquí se exponen, surgió precisamente como una forma de dar solución a la problemática existente, teniendo como Objetivo desarrollar un administrador de tareas que automatice el trabajo de la administración y control de las tareas existentes en el sistema SGF y que pueda ser integrado a otros proyectos que lo requieran.

Marco Teórico

Un Fiscal, agente fiscal, agente del ministerio público, procurador fiscal o promotor fiscal es el funcionario público o magistrado en algunos países, integrante del Ministerio Público, que lleva materialmente la dirección de la investigación criminal y el ejercicio de acción penal pública; es decir, es a quien corresponde desempeñar directa y concretamente las funciones y atribuciones de este, en los casos que conoce. Su misión institucional es proteger el orden político y jurídico del Estado y la sociedad, procurando el restablecimiento de la legalidad quebrantada promoviendo acciones y medidas contra los infractores. (Colaboradores de Wikipedia, 2015)

Estos funcionarios, en los casos que tienen a su cargo, ejercen sus funciones con independencia y autonomía, bajo los principios de legalidad y objetividad, debiendo practicar todas las diligencias que fueren conducentes al éxito de la investigación, siendo responsables, en el ejercicio de sus funciones, en el ámbito civil, penal y disciplinario. Las autoridades y jefaturas del Ministerio Público, en los distintos sistemas, suelen ejercer un control jerárquico más o menos permanente de los agentes de su dependencia, que se extiende tanto a la eficacia y eficiencia en el cumplimiento de sus objetivos, como a la legalidad y oportunidad de sus actuaciones. (Colaboradores de Wikipedia, 2015)

En la “Figura 1” se muestran los niveles jerárquicos existentes en la entidad en cuestión y el flujo de información entre estos.

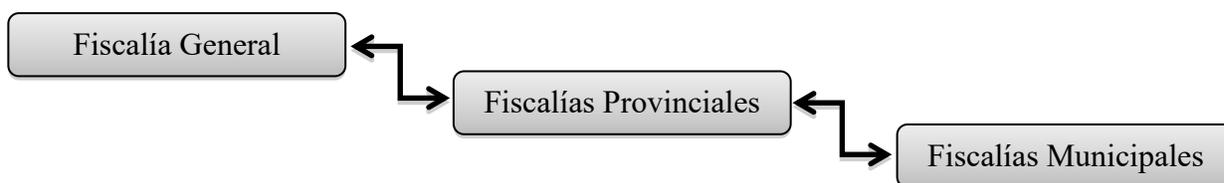


Figura 6. Estructura Jerárquica en la Fiscalía

El control de las tareas se realiza actualmente de la siguiente manera:

Autocontrol: El Fiscal que está llevando un caso debe ser capaz de mantener un control del mismo, estar bien actualizado en todo momento con los límites de tiempo que dispone para terminar el proceso.

Seguimiento: Luego de la asignación de un caso por un Fiscal Superior a alguno de sus subordinados el mismo debe dar seguimiento a dicho caso, mantenerse actualizado en todo lo referente a la situación procesal del mismo.

Mundialmente existen diversos sistemas para la ayuda a la toma de decisiones de los fiscales, entre los que se pueden citar:

SGF (Sistema de Gestión Fiscal) – Perú: es un software que establece plazos de registro en la investigación de una carpeta fiscal supervisado por una Unidad de Seguimiento y Gestión, implementado con el nuevo sistema procesal penal.

SAF (Sistema de Apoyo a los Fiscales) - Chile: El SAF es un Sistema Computacional que apoya la labor de investigación y posterior desarrollo del proceso penal, a través de las distintas opciones y funciones contenidas en los módulos que lo componen. Permite administrar con agilidad un mayor número de causas penales, manejo eficaz de información y trabajo en equipo entre los involucrados.

SIG – Fiscalía (Sistema de Información y Gestión de Fiscalía) – Uruguay. Sistema informático para la modernización de la operatividad de las fiscalías.

En todos estos sistemas en determinado momento se podrá acceder a los procesos que se estén ejecutando, así como del estado en que se encuentren, pero siempre con accesos a reportes del sistema que deben consultar los usuarios.

En el caso de la aplicación web (**SGF** en Cuba) es similar, los fiscales manejan todos sus procesos y actividades mediante el sistema según la esfera de trabajo a la cual pertenecen y luego al darle alta en el sistema al expediente, se podrá hacer consultas del estado de los casos mediante los reportes del sistema siempre solicitados por el usuario ya que no dispone de ningún módulo que supervise los procesos.

Para la administración automática de procesos se cuenta con diversas aplicaciones, las cuales son programas informáticos diseñados para ejecutar procesos definidos a intervalos regulares. Los procesos que deben ejecutarse se especifican en una base de datos o fichero. Además proporcionan información sobre el estado de dichos procesos permitiendo la modificación de los mismos. Partiendo de una aplicación el administrador se encarga de la ejecución, gestión y control de los procesos que se generan desde la aplicación, verificando a cada minuto para ver si existe alguna tarea a realizarse. Todo esto se efectúa en segundo plano.

Los sistemas operativos gestionan los programas mediante el concepto de proceso. En un instante dado, en el ordenador pueden existir diversos procesos listos para ser ejecutados. Sin embargo, solamente uno de ellos puede ser ejecutado (en cada microprocesador). De ahí la necesidad de que una parte del sistema operativo gestione, de una manera equitativa, qué proceso debe ejecutarse en cada momento. Es por ello que surgen los primeros administradores de tareas, que con su evolución permitió administrar otras tareas que no fuesen propias del sistema.

Con el transcurso del tiempo se crean nuevas herramientas para gestionar y/o administrar procesos propios de diversos programas con una independencia parcial de la que brinda el sistema operativo, aparecieron disímiles software para satisfacer requerimientos de otros programas, permitiendo además, que usuarios interactuaran con ellos y ejercieran un rol para

gestionar los diferentes procesos. Con la aparición de complejas aplicaciones web para gestionar el negocio concerniente a empresas, surge la necesidad de que existieran sistemas de administración para sus tareas, que garantizaran el correcto funcionamiento de estas y permitieran su monitoreo y gestión.

En la actualidad es frecuente que la responsabilidad de la ejecución de los crones (tareas a ejecutar) de las aplicaciones web sea el Cron del sistema operativo, ejecutando los scripts que satisfacen las necesidades del sitio web. Algunos CMS (Sistema de Administración de Contenido) traen unido su propio sistema para estas gestiones, como es el caso de Joomla y Drupal.

Los sistemas de administración automáticos de tareas se caracterizan por poseer interfaz liviana, de fácil accesibilidad y con algoritmos que permitan su actualización automática y constante, permitiendo mostrar el contenido real en cada momento, se construyen según la necesidad y los requerimientos, deben permanecer corriendo de forma permanente para posibilitar la ejecución de sus trabajos en tiempo y forma, suelen incluir la coordinación de tareas humanas con tareas automáticas y suponen un constante monitoreo del estado de los procesos que tramitan, así como la gestión de los mismos.

Dentro de las ventajas de los sistemas para administrar tareas se citan la automatización de tareas, la posible ejecución de procesos, la centralización de la información de los procesos, la reducción de costos en cuanto a recursos humanos destinados con anterioridad para estas funciones y la garantía de reportes fiables de los procesos gestionados.

Al igual que cualquier programa informático, los administradores de tareas cuentan con desventajas a pesar de las disímiles ventajas que presentan, entre ellas se encuentran que una

falla o falta de energía eléctrica puede provocar que queden procesos sin ejecutarse en el momento señalado, al igual que un excesivo número de procedimientos a ejecutarse automáticamente puede colgar el ordenador, ya que su trabajo se basa en hilos del sistema.

Como ejemplos de este tipo de aplicaciones existentes se pueden citar:

Quartz: Este es un framework (herramienta) de scheduler (planificador) de nivel empresarial, en base Java J2EE, que posee dentro de sus características principales, niveles de administración de clúster, y tolerancia a fallas, manejo transaccional y lo mejor de todo es una solución de código abierto, basada en licencia de tipo Apache 2.0. Quartz opera embebido en una aplicación Java, en un servidor de aplicaciones y de otras formas similares, calendarizando, ejecutando y notificando los procesos que se implementen con el mismo. (Urrutia, 2006)

Quelt: Es una poderosa utilidad de planificación que permite planificar programas, tareas o incluso ficheros batch MS-DOS para cargar automáticamente a las horas específicas que se elijan. Con Quelt se puede planificar un programa para cargar diariamente, semanalmente, mensualmente o a cada hora. Admite incluso ser configurado para que ejecute una tarea o programa cada minuto. Quelt también soporta ejecuciones condicionales (por ejemplo, sólo ejecutar un programa si un fichero existe). Permite enviar argumentos mediante líneas de comandos al programa que esté lanzando. Incluso consigue enviar un correo electrónico después que una tarea ha comenzado o se ha completado. Es capaz de ejecutar sus tareas planificadas en ordenadores remotos.

Cron Jobs del CPanel: CPanel (acrónimo de Panel de Control) es una herramienta de administración basada en tecnologías web para administrar sitios que incluye el módulo Cron Jobs. Los trabajos de cron permiten automatizar ciertos comandos y scripts en un sitio y

básicamente ejecutan tareas programadas por el usuario. Puede configurar un comando o script para correr a un tiempo específico cada día, semana, etc. Por ejemplo, consigue poner un trabajo de cron que borre archivos temporales para que el espacio de disco no sea usado por esos archivos.

Estas aplicaciones analizadas sirven de apoyo para la administración de procesos, pero no pueden ser utilizados como solución ya que todas tienen la desventaja de depender completamente del Cron (para Linux) o el Sheduler (para Windows) lo que traería consigo una dependencia total de un servicio del sistema operativo atentando contra la portabilidad del sistema requerido. Además se requiere de una propuesta capaz de administrar tareas muy propias de aplicaciones existentes en las fiscalías y estos sistemas sólo proporcionarían pequeñas funcionalidades.

7. Método

Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron diferentes métodos empíricos y teóricos.

Métodos Teóricos:

Entre los métodos teóricos el **Análisis Histórico Lógico** que permitió estudiar de forma analítica la trayectoria histórica real de los fenómenos, su evolución y desarrollo, el cual se aplicó en la elaboración del estado del arte posibilitando realizar un análisis de la evolución de los sistemas y herramientas para la gestión y administración de tareas.

Otro método teórico utilizado es el **Analítico – Sintético** que facilita el entendimiento del fenómeno en el que se trabaja, es más útil la división de este en diferentes fases, y de esta forma descubrir sus características generales, lo que ayuda a seguir una correcta investigación. Su uso

permitió realizar una investigación y estudio detallado de documentos y del sistema para así identificar el problema concreto existente, sus causas y lograr un profundo análisis y diseño.

Métodos Empíricos:

Entre los métodos empíricos a utilizar se empleó la **Entrevista**. Se entrevistaron diferentes fiscales con el objetivo de profundizar sobre las distintas tareas que realizan los mismos. También se entrevistó al jefe de desarrollo del proyecto para conocer las tareas que son generadas por el sistema ya implementado.

Después de realizar un estudio de diferentes metodologías, lenguajes y herramientas se realizó una selección basada en el uso de tecnologías libres en aras de obtener resultados profesionales y medibles a corto plazo, adecuadas al sistema SGF y al logro de los objetivos de la investigación.

Como metodología de desarrollo se seleccionó **RUP** (del inglés Rational Unified Process), la cual dividiendo el proyecto en cuatro fases, las que se muestran en la “Figura 2”, es una guía para los equipos de proyectos en cómo administrar el desarrollo iterativo de un modo controlado, mientras se balancean los requisitos del negocio, el tiempo al mercado y los riesgos del proyecto.

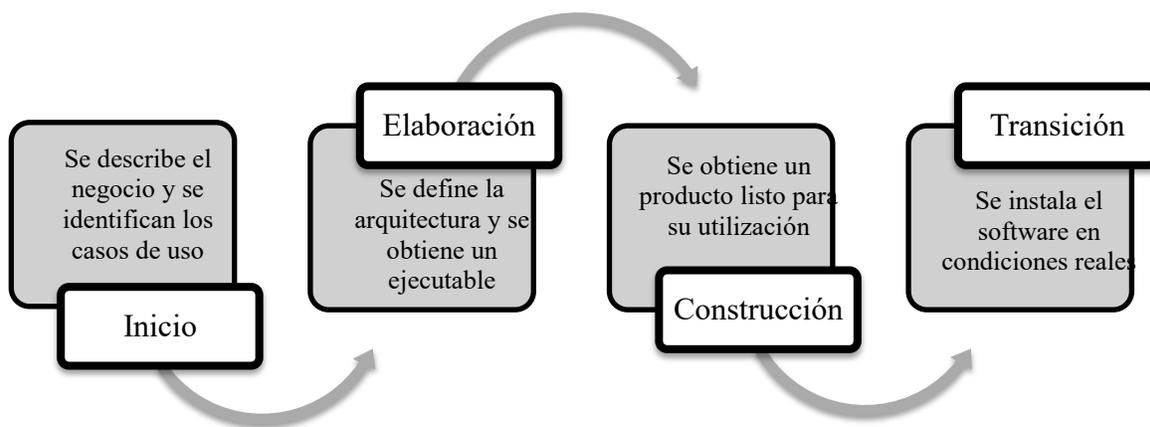


Figura 7. Fases de Desarrollo del Software

El proceso describe los diversos pasos involucrados en la captura de los requisitos, detalla qué entregables producir, cómo desarrollarlos y también provee patrones. Haciendo uso de esta metodología se crearán los artefactos correspondientes a los flujos de trabajos de Modelación del Negocio y Levantamiento de Requisitos, con la ayuda del **Lenguaje de Modelado Unificado (UML)**.

El Lenguaje de Modelado Unificado **UML** es un lenguaje estándar para escribir planos de software. Se utiliza para definir un sistema, detallar los artefactos en el mismo y para documentar y construir. A su vez ayuda a interpretar grandes sistemas mediante gráficos o texto, obteniendo modelos explícitos que contribuyen a la comunicación durante el desarrollo, ya que al ser estándar, pueden ser interpretados por personas que no participaron en su diseño. En este contexto, UML sirve para especificar modelos concretos, no ambiguos y completos.

Como herramienta CASE (computer aided software engineering, ingeniería de software asistida por computadora) se seleccionó el **Visual Paradigm** el cual es una herramienta multiplataforma de modelado visual UML y una herramienta CASE muy potente y fácil de utilizar. Aporta a los desarrolladores de software una plataforma de desarrollo puntera para construir aplicaciones de calidad. Aporta una excelente interoperabilidad con otras herramientas CASE y muchos de los entornos IDE líderes del mercado.

Con la selección descrita y aplicando la **Ingeniería de Requisitos** y sus disímiles técnicas que apoyan la ejecución de las actividades que se realizan durante las etapas que se desarrollarán, al finalizar este proceso, se tendrán identificados los requisitos funcionales y no funcionales del software y concluyendo con la validación que permite comprobar el cumplimiento a las necesidades de los clientes.

La implementación estará dividida en dos fases, un módulo web y un módulo desktop.

Como IDE (entornos integrados de desarrollo) para el desarrollo Web se seleccionó **Eclipse** el cual es una plataforma de programación utilizada para crear entornos integrados de desarrollo. Es como una armazón sobre la que se pueden montar herramientas de desarrollo para cualquier lenguaje, mediante la implementación de los plugins (del inglés «[un] enchufable o inserción») adecuados.

La arquitectura de plugins de Eclipse permite, además de integrar diversos lenguajes sobre un mismo IDE, introducir otras aplicaciones accesorias que pueden resultar útiles durante el proceso de desarrollo como: herramientas UML, editores visuales de interfaces y ayuda en línea para librerías. (The Eclipse Foundation, 2015)

Como lenguaje de programación se seleccionó **PHP** (Hypertext Pre-processor), este es un lenguaje de programación libre para la creación de páginas web dinámicas. Permite la creación de aplicaciones con interfaz gráfica, conexión a servidores de base de datos y puede ser ejecutado en sistemas Unix, Windows, Linux y Mac OSX. Es un lenguaje de alto nivel, sirve principalmente para proporcionar características dinámicas a una página web.

En el caso del lado del cliente se eligió **JavaScript**, este es un lenguaje de programación utilizado para crear pequeños programas, encargados de realizar acciones dentro del ámbito de una página web. Se trata de un lenguaje de programación del lado del cliente, porque es el navegador el que soporta la carga de procesamiento. Su uso se basa, fundamentalmente, en la creación de efectos especiales en las páginas y la definición de interactividades con el usuario. Es un lenguaje muy eficaz para operaciones rápidas y con requerimientos gráficos que no dependen totalmente del servidor.

Se seleccionó el Framework **Symfony**, este es un completo framework diseñado para optimizar el desarrollo de las aplicaciones web mediante algunas de sus principales características, entre las que se encuentran que separa la lógica de negocio, la lógica de servidor y la presentación de la aplicación web. Proporciona además varias herramientas y clases encaminadas a reducir el tiempo de desarrollo de una aplicación web compleja. Automatiza las tareas más comunes, permitiendo al desarrollador dedicarse por completo a los aspectos específicos de cada aplicación.

Como servidor Web **Apache Web Server**. Es un servidor de aplicaciones web, Multiplataforma, Es un servidor de web conforme al protocolo HTTP/1.1. Es modular ya que puede ser adaptado a diferentes entornos y necesidades, con los diferentes módulos de apoyo que proporciona, y con la API (*Application Programming Interface*) de programación de módulos, para el desarrollo de módulos específicos, gracias a ser modular se han desarrollado diversas extensiones entre las que destaca PHP.

Servidor de base de datos **PostgreSQL** es un sistema de gestión de base de datos relacional orientada a objetos y libre.

Para la solución desktop se selecciona el lenguaje de programación **Python** ya que es un lenguaje de programación interpretado, lo que ahorra un tiempo considerable en el desarrollo del programa, pues no es necesario compilar ni enlazar. El intérprete se puede utilizar de modo interactivo, lo que facilita experimentar con características del lenguaje, escribir programas desechables o probar funciones durante el desarrollo del programa. Es un lenguaje multiplataforma, pues el mismo código funciona en cualquier arquitectura, la única condición es que disponga del intérprete del lenguaje. No es necesario compilar el código una vez para cada arquitectura. Es muy útil en el desarrollo de aplicaciones que trabajen con hilos del sistema o

demonios. “El intérprete de Python (**Python Interpreter**) estándar incluye un modo interactivo, en el cual se escriben las instrucciones en una especie de shell: las expresiones pueden ser introducidas una a una, pudiendo verse el resultado de su evaluación inmediatamente. Esto resulta útil tanto para las personas que se están familiarizando con el lenguaje como también para los programadores más avanzados: se pueden probar porciones de código en el modo interactivo antes de integrarlo como parte de un programa.” (Ecured, 2015)

Como IDE de desarrollo (Entorno de Desarrollo Integrado, por sus siglas en inglés) para este lenguaje se seleccionó **PyScripter**, ya que es una herramienta libre para el diseño de aplicaciones en el lenguaje Python. Tiene la ventaja de ser bastante ágil con respecto a otros y proporciona una amplia mezcla de características que lo convierten en un entorno de desarrollo productivo. Posee un alto grado de completamiento de código, plantillas de parámetros de código, ventana de relojes, explorador de archivo de fácil configuración, explorador de código, editor de ventanas, etc.

Para la creación del ejecutable de la aplicación se selecciona **Py2exe** el cual es una extensión que convierte los scripts de Python en programas ejecutables incluyendo en su interior las librerías necesarias para la ejecución del distributable, de manera que puedan ejecutarse sin necesidad de instalar el intérprete de Python. Ofrece la ventaja de la distribución al usuario final sólo del ejecutable de la aplicación desarrollada, siendo transparente para el lenguaje en el cual fue desarrollado, librerías y técnicas utilizadas para su desarrollo.

Para el diseño de la interfaz gráfica se prefiere **PyQt GPL** el cual es un complemento de la biblioteca gráfica Qt para el lenguaje de programación Python. “Qt es una biblioteca

multiplataforma para desarrollar interfaces gráficas de usuario y también para el desarrollo de programas sin interfaz gráfica como herramientas de la consola y servidores”. (Custom 2014)

8. Resultados

Con el desarrollo de la presente investigación, se obtuvo una herramienta administradora de tareas que enlazada a un módulo para la web del sistema de gestión fiscal es capaz de mantener informados mediante un sistema de avisos a los fiscales de los términos de sus procesos.

Una vez los procesos se encuentran en el sistema de gestión fiscal para el administrador de tareas es una tarea a ejecutar su seguimiento y se encontrará ejecutándose en segundo plano chequeando a intervalos de tiempos (definidos) si existe alguna tarea a procesar. En la Figura “3” puede verse su integración entre el administrador y el sistema SGF.

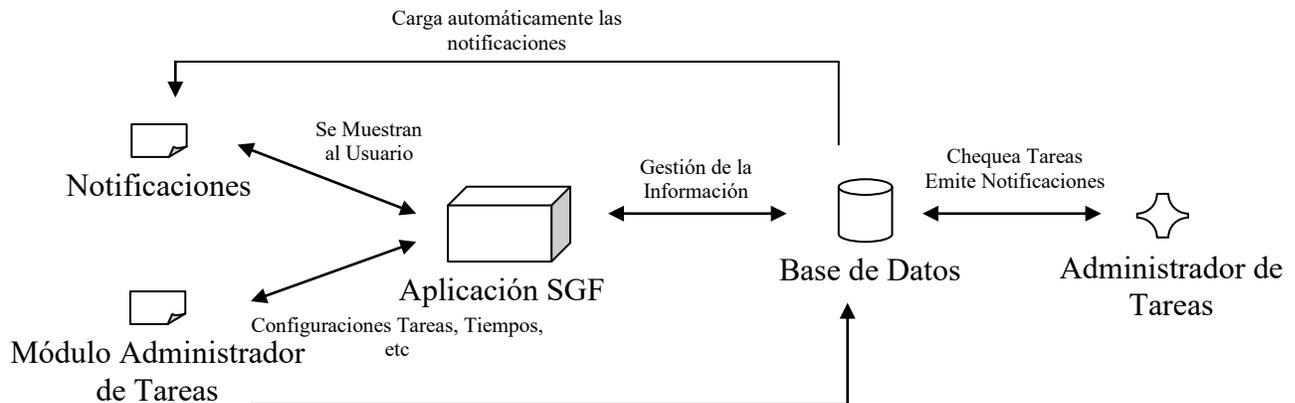


Figura 8. Integración del Administrador a la Aplicación

Tipos de Tareas:

- Notificación de avisos: Existen diferentes tipos de notificaciones dependiendo del estado en que se encuentren los casos, una vez el caso se encuentre cerrado el sistema da por cumplida la tarea de seguimiento a dicho caso. El administrador genera un aviso

(definido) al fiscal que procesa un caso a los días (definidos según la gravedad por tipos de casos) antes de su vencimiento. Esta tarea se mantiene viva por días (definido según la gravedad del tipo de caso) hasta que el estado del caso no se modifica. En caso de vencerse el período para el proceso se realizarán notificaciones a los fiscales superiores del que está ejecutando el caso.

- Envíos de Correos: Existe una tarea a administrar que enviará correos (tiempo definido) con un reporte del estado de los casos a los fiscales superiores.

Funcionalidades desde el Módulo en la Web:

- Crear Tipo de Notificación: El usuario deberá definir los tipos de notificaciones.
- Crear Tarea: El usuario podrá definir independientemente del chequeo que realiza el sistema si desea dar un seguimiento diferente a un caso en específico.
- Mostrar Tareas: Se muestran las tareas definidas por el usuario.
- Modificar Tarea: Se permite modificar la tarea creada por el usuario mientras no haya sido ejecutada.
- Eliminar Tareas: El sistema debe permitir al usuario eliminar las tareas que ha creado mientras no hayan sido ejecutadas.
- Buscar Tareas: El sistema debe permitir buscar las tareas según un criterio de búsqueda definido por el usuario.
- Mostrar Notificaciones: El sistema muestra al usuario todas las notificaciones que le llegan mediante un ícono de avisos que se muestra desde cualquier sitio que se encuentra en el sistema.

- Eliminar Notificaciones: El sistema permite al usuario eliminar sus notificaciones. En este caso la notificación cambia su estado pero no se elimina de la base de datos, quedando una traza de las mismas como método de control.

Funcionalidades desde la Aplicación Administradora:

- Ejecutar Tarea: El sistema chequea las tareas y las ejecuta según sea el caso en el momento necesario.
- Actualizar estado de la tarea: Según sea el caso el sistema actualiza el estado de las tareas. (Ejecutadas, Pendientes)
- Controlar ejecución de tareas: El sistema chequea según el intervalo definido si existen tareas por ejecutar.
- Configurar sistema: Permite configurar cuenta de correo, intervalo de chequeo de tareas, servidor de base de datos.
- Iniciar servicio de chequeo y ejecución de tareas. El administrador del sistema tiene la posibilidad de iniciar el servicio de chequeo de las tareas.
- Detener servicio de chequeo y ejecución de tareas. El administrador tiene la posibilidad de detener el servicio de chequeo de las tareas.

En la solución se generó un diagrama de despliegue “Figura 4” el cual indica la situación física de los componentes lógicos desarrollados. Es decir se sitúa el software en el hardware que lo contiene.

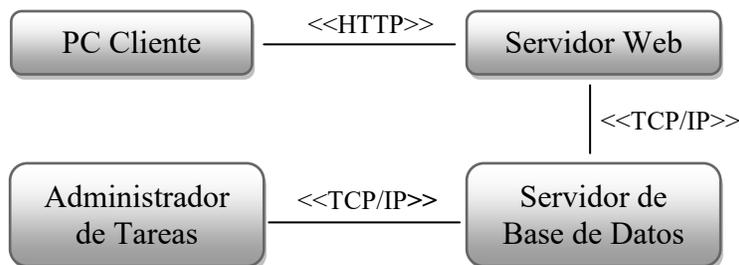


Figura 9. Fases de Desarrollo del Software

Se generó además el diagrama de componentes “Figura 5” que representa cómo el sistema es dividido en componentes y muestra las dependencias entre estos. Los componentes físicos incluyen archivos, cabeceras, librerías compartidas, módulos, ejecutables, o paquetes. Pueden ser usados para modelar y documentar cualquier arquitectura de sistema. Uno de los usos principales es que puede servir para ver qué componentes pueden compartirse entre sistemas o entre diferentes partes de un sistema.

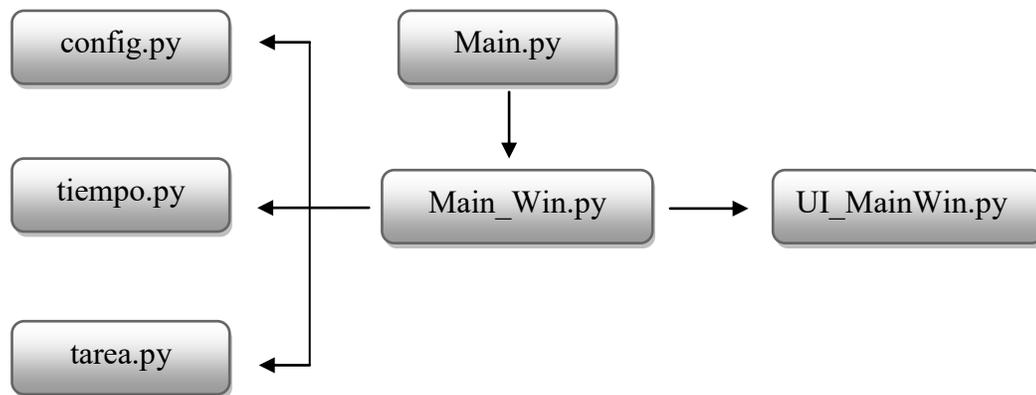


Figura 10. Diagrama de Despliegue

Se desarr

alidad

del sistema “Figura 6”.

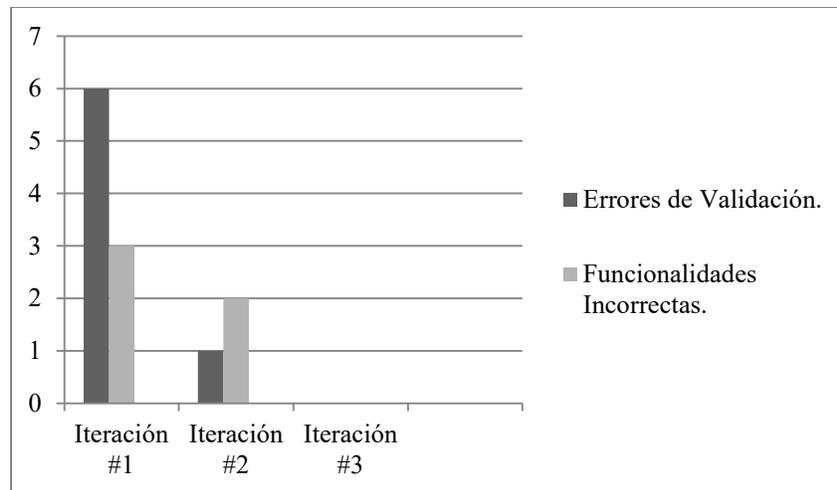


Figura 11. Resultados de las Pruebas de Caja Negra

Beneficios y Aportes:

- ✓ Conversión de tareas humanas en maquinales.
- ✓ Mejor control y seguimiento de los procesos.
- ✓ Funcionalidades para la ayuda a la toma de decisiones.
- ✓ Ahorro de recursos.
- ✓ Fácil Integración a otras aplicaciones.

9. Conclusiones

A continuación se relacionan las principales conclusiones a las que se arribó:

1. Se ha dado cumplimiento al objetivo de esta investigación, pues como resultado se obtuvo una propuesta informática con altas expectativas para la gestión de los procesos en el sistema SGF.
2. La metodología propuesta resultó eficiente y quedará disponible para la utilización en sistemas similares.

3. Mediante pruebas realizadas se constató que la solución podrá ser usada para administrar procesos en otras aplicaciones.

4. El costo de inversión es bajo ya que las tecnologías propuestas son libres, los resultados son profesionales y medibles a corto plazo.

Bibliografía

AGESIC. Sistema de Información y Gestión de Fiscalía (SIG - Fiscalía) Recolectado el (2015, enero 23) de

http://www.agesic.gub.uy/innovaportal/v/3201/1/agesic/sistema_de_informacion_y_gestion_de_fiscalia_sig_-_fiscalia.html

Bahit, E. (2011) POO y MVC en PHP. Recolectado de <http://www.etnassoft.com/biblioteca/poo-y-mvc-en-php/>

Colaboradores de Wikipedia. (2015). CPanel Recolectado el (2015, enero 23) de

<http://es.wikipedia.org/wiki/CPanel>

Colaboradores de Wikipedia. (2015). Fiscal (funcionario). Wikipedia, La enciclopedia libre

Recolectado el (2015, enero 23) de

[http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Fiscal_\(funcionario\)&oldid=80856793](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Fiscal_(funcionario)&oldid=80856793)

Custom (2014) Desarrollo de integraciones: multiplataforma en QT. Recolectado de

<https://www.customsolutions.es/es/blog/2012/06/06/desarrollo-multiplataforma-en-qt>

Ecured, (2015). Python. Recolectado de <http://www.ecured.cu/index.php/Python>

Fiscalía Ministerio Público de Chile (2013) SAF SISTEMA DE APOYO A LOS FISCALES.

Recolectado el (2015, enero 23) de www.oas.org/juridico/ppt/mesicic4_chl_sist.ppt

Machaca, T (2012). Implementación del Sistema de Gestión Fiscal en el Nuevo Sistema Procesal Penal y su Repercusión en los Usuarios. Recolectado el (2015, enero 23) de

http://es.slideshare.net/tony_machaca?utm_campaign=profiletracking&utm_medium=sssite&utm_source=ssslideview

Potencier, F y Weaver, R. Symfony 2.1, el libro oficial. Recolectado de

http://librosweb.es/libro/symfony_2_1

Pressman, R. S. (2005). Ingeniería del Software: un enfoque práctico. La Habana: Editorial Félix Varela, 2005

Sitio oficial en Argentina de PythonCard. (2011) “About PythonCard”. Recolectado de

<http://python.org.ar/pyar/PythonCard>

SONDA S.A (2013) Sistema de Apoyo a los Fiscales, herramienta clave de la Reforma Procesal

Penal en Chile. Recolectado el (2015, enero 23) de <http://www.sonda.com/caso/12>

The Eclipse Foundation (2015). Eclipse.org. Recolectado de <http://www.eclipse.org>

Urrutia, J (2006) Herramientas y Framework de Scheduler a nivel empresarial (Quartz O.Source y Flux) Recolectado el (2015, enero 23) de

<http://www.misbytes.com/wp/2006/09/30/herramientas-y-framework-de-scheduler-a-nivel-empresarial-quartz-osource-y-flux>



IMPORTANCIA DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD EN UN ORGANISMO JUDICIAL ELECTORAL BASADO EN LA NORMA ISO-9001:2008: ESTUDIO DE CASO.

José Magdiel Martínez Quiroga

José Magdiel Martínez Quiroga, Subdirección Académica de la Facultad de Contaduría Pública y Administración, Universidad Autónoma de Nuevo León.

La correspondencia en relación a este artículo debe dirigirse a José Magdiel Martínez Quiroga, Jetro Consulting, S.C., Monterrey, México, 64650.

Dirección electrónica: magdiel@jetroweb.com

Fecha de envío: 21/Abril/2015

Fecha de aceptación: 25/Mayo/2015

Resumen

Gestión gubernamental a través de un sistema de la calidad acerca a la transparencia y buen gobierno. Implantar sistemas de gestión de la calidad no es exclusivo para las industrias, ni para la iniciativa privada, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la Sala Regional Monterrey lo ha implantado progresivamente iniciando con la administración de los medios de impugnación. Se evidencia modernización administrativa. En este estudio de caso se presentan resultados cuantitativos y cualitativos, declaraciones de altos funcionarios y la historia de los sistemas de gestión de la calidad en organismos electorales iniciando desde la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.

Palabras Clave: Buen Gobierno, ISO-9001, Justicia Electoral, Sistema de Gestión de la Calidad, Transparencia.

Introducción

No es algo nuevo que las organizaciones necesitan tener procesos establecidos para asegurar la capacidad continua del proceso. Las organizaciones normalmente van desarrollando actividades y resultados conforme lo han ido necesitando y si bien es cierto, sobreviven. El promedio de esperanza de vida es de 7.7 años, siendo distribuido para el sector manufacturero de 9.5 años, el sector de comercio 6.6 años y el sector de servicios privados no financieros de 8.0. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2015).

Sin embargo, para poder confiar al proveedor la provisión de productos y/o servicios, los gobiernos y los clientes han ido incrementando los requisitos que generen confiabilidad de su socio de negocios.

También los mismos gobiernos y entidades gubernamentales ante la ciudadanía que administran, legislan o juzgan han estado implantando sistemas de trabajo con estándares internacionales. Según comenta el Doctor Pablo Gutiérrez cuando fuera Director de Departamento para la Cooperación y Observación Electoral de la Organización de los Estados Americanos señala en la revista Mundo Electoral en relación cuando se certifica un sistema de gestión de la calidad (SGC) relacionado al proceso electoral lo siguiente (Mundo Electoral, 2010):

No debemos perder de vista que este proceso y herramienta obtenida, constituye una mera fórmula de mejoramiento de la gestión pública. La verdadera meta es hacer una gestión del Estado más transparente, más eficiente y alineada con sus objetivos, cuestión que adquiere especial importancia en los órganos

electorales, verdadera bisagra de la transferencia del poder,
democráticamente.

Con el objetivo de mejorar la gestión de los organismos públicos, con enfoque se satisfacer a la ciudadanía en la República Mexicana, fueron establecidos durante el gobierno de C. Vicente Fox entre el año 2002 y 2004 tres programas para el desarrollo de modelos de calidad y buen gobierno (Guadarrama Sánchez, G. & Contreras Orozco, L., 2008) tales programas son: a) Premio INTRAGOB, Máximo reconocimiento a las dependencias y entidades que se distinguen por la implantación del Modelo de Calidad INTRAGOB; b) Reconocimiento INNOVA, Estímulo a las prácticas exitosas de innovación con un alto impacto en la Agenda Presidencial de Buen Gobierno; c) Premio Nacional de Innovación en la APF, Máximo reconocimiento a las prácticas de innovación con el mayor impacto en el ciudadano a través de la Agenda Presidencial de Buen Gobierno.

En lo relativo a materia electoral, en el año 2003 la Procuraduría General de la República, Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales fue acreedor al Premio INTRAGOB.

Para que un organismo logre una certificación de un sistema de gestión de la calidad, que no es una certificación de cumplimiento legal, Martínez Quiroga, J.M. (2011) señala que este sistema debe ser evaluado en una muestra no estadística el nivel de cumplimiento incluyendo su cumplimiento normativo, su orientación hacia los ciudadanos y el enfoque basado en procesos incluyendo la mejora continua para poder emitir una recomendación a quien toma la decisión de la certificación siendo independiente del proceso de auditoría a la organización. Una vez cubiertos todos los requisitos establecidos por la norma aplicable y la norma ISO/IEC-17021 Evaluación de Conformidad – Requisitos para Organismos Proveyendo Auditoría y Certificación

a Sistemas de Gestión, se emitiría la certificación por el organismo de certificación. Así que, en materia de certificaciones de sistemas de gestión de la calidad, es complejo obtener una cifra fiable de certificados obtenidos a nivel mundial debido a la diversidad de variables que intervienen, como: a) la cantidad de certificados informados cada año por los organismos de certificación, b) participación inconsistente de algunos organismos de certificación al contribuir a la encuesta un año y no al año siguiente, c) la participación de nuevos organismos de certificación. (Organización Internacional de Normalización, 2015).

La Organización Internacional de Estandarización (ISO), señala un crecimiento de la cantidad de certificados en la encuesta que publicó en el año 2013. Consideró siete estándares, tales como: a) ISO-9001, Sistema de Gestión de la Calidad – Requisitos; b) ISO-14001, Sistema de Gestión Ambiental – Requisitos; c) ISO-50001, Sistema de Gestión de Energía – Requisitos y Guía para su Uso; d) ISO-27001 – Tecnología de Información – Técnicas de Seguridad - Sistemas de Gestión de Seguridad de Información – Requisitos; e) ISO-22000 – Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria – Requisitos para Cualquier Organización en la Cadena Alimenticia; f) ISO/TS-16949 – Sistemas de Gestión de la Calidad – Requisitos Particulares para la Aplicación de ISO-9001:2008 para la Producción Automovilística y Organizaciones de Servicios de Partes Relevantes y g) ISO-13485, Dispositivos Médicos – Sistemas de Gestión de la Calidad – Requisitos para Propósitos Regulatorios, (ver Tabla 1.)

Tabla 1.

Tabla Comparativa de Certificados Emitidos en años 2012 y 2013 en el Mundo por Normas

Norma	Certificados en 2013	Certificados en 2012	% Crecimiento	Crecimiento
ISO-9001	1,129,446	1,096,987	3%	32,459
ISO-14001	301,641	284,654	6%	16,987
ISO-50001	4,826	2,236	116%	2,590
ISO-27001	22,293	19,620	14%	2,673
ISO-22000	26,847	23,278	15%	3,569
ISO/TS-16949	53,723	50,071	7%	3,652
ISO-13485	25,666	22,317	15%	3,349
Total	1,564,442	1,499,163	4%	65,279

El Foro Internacional de Acreditación establece 39 códigos de sectores industriales aplicables a los sistemas de gestión de la calidad que cubren por ejemplo, Agricultura y Pesca (código 1), Metales Básicos y Productos de Metal Fabricados (Código 17), Aeroespacial (Código 21), Tecnología de Información (Código 33) y Educación (Código 37); para la Administración Pública es el Código 36.

En una perspectiva de aplicación mundial, el Código 36 sobre Administración Pública ha tenido, desde el año 1998 al año 2013, el desempeño siguiente, ver Tabla 2:

Tabla 2.

Crecimiento Mundial Anual de Certificados en ISO-9001 Emitidos a la Administración Pública por Organismo de Certificación de los del desempeño de los procesos.

Año	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
-----	------	------	------	------	------	------	------	------

Cantidad	689	2086	1404	1840	1932	2229	3457	4213
Año	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Cantidad	4371	6208	4911	7938	5399	6468	7428	8039

Para la República Mexicana se presenta un desarrollo favorable de organizaciones certificadas desde el año 1993 hasta el año 2013, según se muestra en la figura siguiente (Tabla 3).

Tabla 3.

Certificados Emitidos por Año en Empresas en México Norma ISO-9001.

Año	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Certificados	24	85	215	412	711	978	1556	1843	2233	2508	1437
Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Certificados	3391	2890	4636	3946	4990	5020	4259	4611	5502	5364	

Además de la norma ISO-9001 Sistema de Gestión de la Calidad – Requisitos, se ha desarrollado un suplemento técnico ISO/TS-17582:2014 Requisitos Particulares para la Aplicación de ISO-9001:2008 para Organismos Electorales en Todos los Niveles de Gobierno. Norma que fue auspiciada por la Organización de los Estados Americanos.

En relación de organismos relacionados a procesos electorales en la República Mexicana y en el mundo certificados en Sistema de Gestión de Calidad - Requisitos, se puede enlistar lo siguiente (ver Tabla 4):

Tabla 4.

Relación de Organismos mundiales certificados en la norma ISO-9001:2008 y en ISO/TS 17582:2014

País	Organismo Certificado	Norma	Fecha Original de Certificación	Organismo de Certificación	Alcance Certificado

México	Comisión Estatal Electoral Nuevo León <i>Fuente:</i> ABS QE (2015)	ISO 9001:2008	29 noviembre 2004	ABS Quality Evaluations, Inc.	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación, dirección, organización y vigilancia para la ejecución de las elecciones en el Estado de Nuevo León. • Contribución de la cultura democrática en el Estado de Nuevo León. • Sistema de prerrogativas y fiscalización a los partidos políticos en el Estado de Nuevo León.
Panamá	Tribunal Electoral de Panamá <i>Fuente:</i> Gutiérrez, P. (septiembre, 2010) y Martínez Quiroga, J. M. (enero, 2011).	ISO 9001:2008	Año 2010	ABS Quality Evaluations, Inc.	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de Informática: Diseño y Gestión de Soporte a Tecnología Informática. • Dirección Nacional de Registro Civil: Provisión de Servicios de Registro Civil. • Dirección Nacional de Cedulación: Servicios de Cedulación. • Dirección Nacional de Organización Electoral: Provisión de Servicios Administrativos Electorales, incluyendo: Control de Registros de Adherentes a Partidos Políticos, Actualización de Residencia Electoral, Elaboración de Mapas Electorales y Distribución de Centros de Votación
México	Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación <i>Fuente:</i> ABS Quality Evaluations (2015b)	ISO 9001:2008	6 octubre 2010	ABS Quality Evaluations, Inc.	Administración en la Recepción, Atención y Trámite de los Medios de Impugnación en la Sala Regional Monterrey y Sus Servicios de Soporte
México	Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación <i>Fuente:</i> American Trust Register, S.C. (2015) "Obtiene TEPJF Certificación", 2011	ISO 9001:2008	Año 2012	American Trust Register, S. C	Administración en la Recepción, Atención y Trámite de los Medios de impugnación en la Sala Superior
Perú	Jurado Nacional de Elecciones de Perú	ISO 9001:2008	Año 2011	Dato no disponible	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de fiscalización, atención al ciudadano, educación cívica y formación cívica ciudadana y registro de organizaciones políticas y normatividad.

	Fuente: Organización de los Estados Americanos (2015)				<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de apoyo de logística, recursos humanos y registros, estadística y desarrollo tecnológico. • Procesos de dirección y mejora que llevan a cabo planeamiento, innovación y desarrollo.
Costa Rica	Tribunal Supremo de Elecciones Fuente: Organización de los Estados Americanos (2015)	ISO 9001:2008	25 octubre 2013	Dato no disponible	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos registrales civiles de inscripción de hechos vitales y actos jurídicos. • Expedición de documentos de identidad (cédula y tarjeta de identidad de menores). • Trámite de opción y naturalización y la emisión del padrón nacional electoral de acuerdo con estándares internacionales.
República Dominicana	Junta Central Electoral de la República Dominicana Fuente: Organización de los Estados Americanos (2015)	ISO 9001:2008 e ISO/TS-17582:2014	Entre el septiembre 2013 y febrero 2014.	Dato no disponible	Registro Electoral y Cedulación; Reconocimiento de Partidos Políticos; Logística Electoral; Proceso de Votación; Escrutinio y Emisión de Boletines; Educación Electoral; Entrega de los Recursos Económicos del Estado a los Partidos – Recepción de Informes Gastos de los Partidos; y, Escuela Nacional de Formación Electoral y Estado Civil (EFEC).

Como se puede observar en la tabla anterior, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) fue la primera institución judicial electoral en certificar el proceso de Administración en la Recepción, Atención y Trámite de los Medios de Impugnación, esto siendo el sitio elegido por la Sala Superior, la Sala Regional Monterrey (SRM) en el año 2010. Ya en el año 2011 se integraron en el alcance de la certificación los Servicios de Soporte que se a continuación se nombran: a) cobertura y difusión de actividades institucionales, de monitoreo y análisis de contenido político-electoral, b) atención a solicitudes de información, c) de préstamo de acervo bibliográfico y d) de soporte técnico a usuarios (“La Sala Monterrey”, 2011). Para el

año 2013 logran la primera recertificación y en menos de un año realizan una auditoría de incremento de alcance considerando al “Proceso de Elaboración del Informe Mensual del Programa Anual de Trabajo (PAT)” siendo entregado el certificado en el mes de octubre del año 2014.

Este incremento de alcance se debe a que la integración de Magistrados de la SRM tiene como objetivo fortalecer a) la planificación de las actividades y uso de recursos asignados a la SRM, b) la transparencia en el manejo de recursos e c) integrar a todas las áreas de la SRM en el sistema de gestión de la calidad certificado.

Marco Teórico

Cuando analizamos el tema electoral y democracia, lo primero que menciona la literatura es la transparencia. La Organización de las Naciones Unidas, en su Declaración del Milenio señala en lo relativo a Derechos humanos, democracia y buen gobierno que han decidido aumentar en todos los países adheridos a la ONU la capacidad de aplicar los principios y las prácticas de la democracia y del respeto de los derechos humanos, incluidos los derechos de las minorías. (Organización de las Naciones Unidas, 2000). Así también la Organización de los Estados Americanos ha declarado la importancia de la transparencia en las actividades gubernamentales, la probidad y la responsabilidad de los gobiernos en la buena gestión de los asuntos públicos exige instituciones gubernamentales efectivas, representativas, transparentes y públicamente responsables a todos los niveles, al igual que la participación ciudadana, controles efectivos y el equilibrio y separación de poderes. En este contexto, la rendición de cuentas y la participación ciudadana, de acuerdo a las leyes nacionales, en el seguimiento, control y evaluación de la administración pública (Organización de los Estados Americano, 2006).

Transparencia

En lo relativo a la transparencia, la Ley Federal de Transparencia y Acceso a La Información Pública Gubernamental (Diario Oficial de la Federación, 2014) señala entre otros objetivos de la esta Ley, a) el que toda persona tenga acceso a la información, b) transparentar la gestión pública mediante la difusión de la información que generen los sujetos obligados, c) favorecer la rendición de cuentas y d) contribuir a la democratización de la sociedad mexicana y la plena vigencia del Estado de derecho.

En la serie de normas internacionales ISO-9000 se señalan ocho principios de gestión de la calidad, lo cuales permites que la organización que los aplique, dirija y controle de forma sistémica y transparente así como que mejore continuamente su desempeño. Estos principios están relacionados al tema de transparencia y buen gobierno. Los principios son:

a) Enfoque al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

b) Liderazgo: Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

c) Participación del personal: El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

d) Enfoque basado en procesos: Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

e) Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

f) Mejora continua: La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

g) Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

h) Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Buen Gobierno

Cuando hablamos de democracia y transparencia, “Buen Gobierno” sale a la luz, dado que es probablemente el factor más importante para erradicar la pobreza (Siddiqi S, et al, 2008). En el estudio del Buen Gobierno, los autores coinciden en la importancia de su aplicación en todas la democracias (Siddiqi S, et al, 2008; Velasco Rico, C.I, 2013; Soley Gutiérrez, D., 2008).

La aplicación de Buen Gobierno asegura que es minimizada la corrupción, que se toman en cuenta las minorías y la población vulnerable de la sociedad en la toma de decisiones; así también responde a las necesidades presentes y futuras de la sociedad. (United Nations

Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, (s/f). El “Buen Gobierno” se compone de ocho características principales:

1. Participación. La participación informada y bien organizada y en libertad de la ciudadanía es indispensable para el Buen Gobierno. En la democracia, puede ser en forma directa o a través de intermediarios o instituciones que los representen.

2. Legalidad. Determinar un marco legal justo y que se imponga de manera imparcial a través de un poder judicial independiente e imparcial y una fuerza política incorruptible. Requiere protección total a los derechos humanos, particularmente a las minorías.
3. Transparencia. Decisiones tomadas conforme a leyes y normas establecidas. Información disponible para personas afectas por las decisiones y su implantación. Facilitar la información clara y comprensible.
4. Responsabilidad. Instituciones y sistemas sirvan a todos los grupos de interés dentro de un marco de tiempo razonable.
5. Consenso. Mediar entre la sociedad con un amplio consenso a los principales intereses de la sociedad. Perspectiva amplia y a largo plazo para un desarrollo humano sostenible y lograr los objetivos de desarrollo. Comprender y entender la historia, la cultura y los contextos sociales de una sociedad o comunidad concreta
6. Equidad. Trato societal en exclusiones incluyendo los grupos vulnerables con oportunidades para mejorar o mantener su bienestar
7. Eficacia y Eficiencia. Los procedimientos y las instituciones deben de llegar a resultados oportunos necesitados por la sociedad con uso eficiente y sostenible de los recursos naturales y protección del medio ambiente.
8. Sensibilidad. Instituciones gubernamentales como el sector privado y la sociedad civil deben ser sensibles a las demandas del público y a sus grupos de interés aplicando la transparencia y legalidad.

Método

En el Método de Estudio de Caso se han planteado diferentes posturas tanto negativas como positivas. Martínez Carazo, P. C. (2006) comenta que algunos autores tienen posturas en contra del Método de Estudio de Caso como herramienta fiable para la investigación científica dado que argumentan que su prestigio es bajo además de que presenta problemas de fiabilidad y validez haciendo notorio la perspectiva de estos sobre enfatizar el uso de la investigación cuantitativa.

Sin embargo, el estudio de caso, permite el estudiar la particularidad, unicidad del caso (Simons, H., 2009). Ciertos autores como Stoeker, Venkatraman & Grant,, Rouse & Daellenbach y Bower & Wiersema (Martínez Carazo, P. C., 2006), es invalidar el método de estudio de caso como herramienta para la investigación científica, considera que para cubrir a) el aspecto científico y b) la objetividad, se tendría que bajar al campo, hablar con la gente de la organización del caso, operacionalizar variables, triangular respuestas de distintos entrevistados, buscar modelos causales, eliminar conjeturas poco probables, es decir, realizando casos.

Debido a que la aplicación de una norma internacional como lo es ISO-9001:2008 Sistema de Gestión de Calidad – Requisitos en un organismo Judicial Electoral es una innovación y a la fecha son pocos los casos en el mundo, siendo el TEPJF, SRM el pionero en lograr la certificación internacional relacionada con la administración de los Medios de Impugnación fue seleccionado el método de Estudio de Caso.

Resultados

En una república representativa y democrática, como la proclama el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, es deber de todas las autoridades actuar ante la

ciudadanía y con la supervisión de la opinión pública. (México.

Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2015).

Los resultados de la implantación de un sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO-9001:2008 pueden expresarse desde varias perspectivas: a) los resultados en términos cuantitativos de desempeño del sistema de gestión de calidad de la SRM del TEPJF previo a la implantación/certificación y posterior a la certificación e b) importancia interna por funcionarios de la SRM del TEPJF.

Resultados Cuantitativos

En lo referente al desempeño de los procesos principales sustantivos y de soporte expresado en resultados se comunica lo siguiente:

1. Percepción del cliente externo en cuanto al servicio prestado (Valores: a) Excelente, b) Bueno, c) Regular y d) Malo).
 - a. Tiempo de respuesta a visita como bueno o excelente por la Secretaría General de Acuerdos.
 - i. Meta: Al menos 85% como bueno o excelente.
 - b. Servicio y atención prestada por el personal de la SRM como bueno o excelente (Valores: a) Excelente, b) Bueno, c) Regular y d) Malo).
 - i. Meta: Al menos 85% como bueno o excelente.
2. Percepción del cliente interno (Ponencias) en cuanto al servicio prestado por la Secretaría General de Acuerdos.
 - a. Tiempo de respuesta a visita con una meta de 85% como bueno o excelente (Valores: a) Excelente, b) Bueno, c) Regular y d) Malo).

- b. Servicio y atención prestada por el personal de la SRM con una meta de 85% como bueno o excelente (Valores: a) Excelente, b) Bueno, c) Regular y d) Malo).
3. Establecer procesos eficaces y eficientes en la SRM con apego a las disposiciones constitucionales y legales.
 - a. Expedientes integrados correctamente
 - i. Meta: Turnar al menos el 85% del total.
 - b. Notificaciones realizadas en tiempo y forma
 - i. Meta: 100%.
 - c. Captura de la información requerida en el PAT una vez recibida la notificación de apertura del Sistema Administrativo Institucional del Tribunal Electoral (SAITE), tendiendo 8 días naturales posteriores a la notificación que contará a partir del primer día posterior a informar.
 - i. Meta: Cero datos registrados fuera de tiempo permitidos por el SAITE.
 - d. Datos capturados con calidad (exactitud de la información capturada) relacionados al PAT en el SAITE
 - i. Meta: Cero cantidad de datos con errores antes de firmado el PAT.
4. Diseñar procesos operativos funcionales e interrelacionados que permitan la optimación en la gestión del capital humano, los recursos materiales, tecnológicos y financieros de la SRM.
 - a. Meta: Turnar el 95% de los medios de impugnación en máximo 19 horas.

Los resultados de los objetivos arriba enlistados se presentan en las Tablas 5, 6 y 7.

Tabla 5.

Resultados del desempeño de los procesos, indicadores 1.a, 1.b, 2.a, 2.b, 3.a, 3.b, y 4.a.

Indicador	Año				
	2010	2011	2012	2013	2014
1.a	80%	100%	S/D (1)	80%	95%
1.b	80%	100%	S/D (1)	80%	95
2.a	100%	100%	S/D (1)	S/D (2)	90%
2.b	100%	100%	S/D (1)	S/D (2)	90%
3.a	100%	100%	100%	100%	100%
3.b	100%	100%	100%	100%	100%
4.a	100%	100%	100%	100%	100%

Simbología y Notas:

S/D (1). Sin Datos. Hubo solicitudes de impugnación ingresadas en el 2012 (x = 2494) mayor al 100% del año 2011 (x = 1324) y 500% mayor al año 2010 (x = 415) y superior al 300% del año 2009 (x = 732), por lo que la capacidad de recursos asignados fue insuficiente con base en la proyección. Se generó una acción correctiva para evitar recurrencia.

S/D (2). Sin Datos. El 7 de marzo de 2013, se dio el cambio de integración de Magistrados de la SRM. Se generó una acción correctiva para evitar recurrencia.

Tabla 6.

Resultados del desempeño de los procesos, indicador 3.c. años 2014 y 2015

Indicador	3.c											
Año	2014											
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Valor	+12	+18	0	0	0	+21	0	6+	0	0	0	0

Año	2015											
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Valor	0	0	0	N/A								

Tabla 7.

Resultados del desempeño de los procesos, indicador 3.d. años 2014 y 2015.

Indicador	3.d											
Año	2014											
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Valor	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	0	0	0	0
Año	2015											
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Valor	0	1*	1*	N/A								

Simbología y Notas:

“*”: La causa no es imputable a la SRM, sino que a través de la elaboración y medición del PAT fueron detectados los errores de origen externo a la SRM.

N/A: No aplica debido a que no han sido medidos porque son datos a obtenerse en el futuro.

N/D: Datos no disponibles debido a que no se medían con anterioridad al inicio del proceso de implantación del PAT que fue en septiembre de 2014.

Importancia Interna del uso de ISO-9001 Como Sistema Gestión de la Calidad en la SRM del TEPJF

En lo referente a la importancia que el TEPJF se presentan opiniones relativas a esta. En primera instancia la opinión de quien fuera Magistrada Presidenta del Tribunal Electoral de la

Federación (2007-2011), la C. María del Carmen Alanís Figueroa en la ceremonia de entrega del certificado en ISO-9001:2008 por ABS Quality Evaluations, Inc.: “La certificación ISO 9001:2008 que se entregó hoy a la Sala Monterrey servirá para que los ciudadanos del país tengan la seguridad que los recursos que invierten en las instituciones electorales se ejercen en forma correcta” (“La Sala Monterrey obtiene”, 2011) Así también, la C. Beatriz Eugenia Galindo Centeno, Magistrada Presidenta de la SRM (2008-2011) señala:

El programa de implantación del sistema de gestión de calidad responde a este deseo de modernización administrativa y se adhiere a una tendencia hemisférica de dotar a organismos y tribunales electorales de elementos que refuercen la confianza de la ciudadanía en el modelo democrático instalado en el continente americano. (México. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2009).

El Informe de Labores 2013-2014 de la SRM (México. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2015) señala los beneficios y resultados siguientes

- El SGC tiene un impacto directo en la transparencia y modernización del Poder Judicial, ya que facilita dominar las diferentes tareas de apoyo al proporcionar información actualizada, sistematizada, confiable y vigente. Por medio de él, se determinó que para la Secretaría General de Acuerdos (SGA) era necesaria una revisión constante de los procedimientos para mejorarlos y ajustarlos a las nuevas reformas electorales, así como para garantizar la continuidad profesional y de conocimiento cuando se presentaran movimientos de personal. Asimismo, en lo que corresponde al área administrativa, se

tiene proyectado implementar una técnica estadística para generar prospectivas que sirvan para la toma de decisiones.

- Otro de los beneficios que ha tenido la SRM es que gracias a la mejora permanente en la aplicación del SGC, se han reducido significativamente los tiempos de la recepción e integración de los expedientes jurisdiccionales hasta su turno y entrega a las áreas correspondientes.
- Así, mientras que en 2013 el tiempo promedio de entrega de un expediente era de 9 horas, actualmente es de 5, lo que implicó una reducción de 44%. En el mismo sentido, el tiempo promedio de turno pasó de 5 horas a sólo 4, es decir, 20% menos.
- Disminuir las recomendaciones realizadas por la Visitaduría Judicial del TEPJF a la SRM, pues mediante la estandarización de los procedimientos y de las evaluaciones internas, se corrigen las no conformidades encontradas, lo cual impacta irremediamente en las observaciones que al final se hacen por parte de este órgano de vigilancia. De esta manera, durante 2014, año en que se logró llevar a cero el número de no conformidades, se observó que la Sala Monterrey únicamente recibió 3 recomendaciones, número que contrasta positivamente con las 16 recibidas durante 2013.

En entrevista con el Magistrado Presidente actual de la SRM el 15 de abril 2015, C. Marco Antonio Zavala Arredondo, a pregunta expresa sobre cuáles beneficios y retos apreciaba en el SGC cuando asumió el cargo, mencionó tres: a) “Lo que no se ve”, es decir, el sistema funciona bien porque no te das cuenta debido a que no hay errores; b) Documentar el trabajo que se hacía de manera intuitiva y se transmitía de “boca a boca”, permite conocer el procedimiento en blanco y negro; y c) se va aprendiendo y corrigiendo para no caer en

malas experiencias, no con los mismos errores. En el caso de los retos, mencionó dos: a) Cómo ir mejorando y b) No ser autocomplaciente.

Como se puede evidenciar, se coincidió con lo externado por Medina Pérez, A. (2011) en que “el tránsito por un modelo de gestión de calidad forma parte de una nueva estrategia que supone la modernización en la gestión en la gestión administrativa y jurisdiccional en materia electoral”.

Conclusiones

Después de haber realizado este caso de estudio, a través de la investigación documental, revisión de informes, así como entrevistas a Magistrados y además de haber sido partícipe del desarrollo de los sistemas de gestión de la calidad en organismos electorales como auditor de tercera parte del sistema de gestión de calidad en la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León, Delegado de la OEA en el diagnóstico al Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica, Auditor Líder en la primera certificación al Tribunal Electoral de Panamá, Auditor Líder en la primera certificación al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación – Sala Regional Monterrey y posterior consultor para la recertificación de la Sala Regional Monterrey así como su incremento de alcance (sin tener conflicto de intereses dado que se cumplió con la norma ISO/IEC-17021:2011 Evaluación de Conformidad – Requisitos para Organismos Proveyendo Auditoría y Certificación a Sistemas de Gestión), ser parte del grupo ISO TC/176/WG03 que desarrolló el borrador de la norma ISO/TS-17582:2014 Requisitos Particulares para la Aplicación de ISO-9001:2008 para Organismos Electorales en Todos los Niveles de Gobierno, he visto el impacto que positivo que ha tenido en la ciudadanía y en una nueva forma de gestionar los servicios al público en materia judicial electoral.

Esta nueva forma incluye el desarrollo del enfoque de proceso en donde se considera clientes internos y externos, proveedores y partes interesadas, en donde se consideran indicadores de medición de la calidad y su desempeño, en donde se toman acciones correctivas para evitar recurrencia y acciones preventivas para evitar ocurrencia de no conformidades incluyendo el compromiso del servidor y funcionario público.

El término de cliente, en un ambiente público puede prestarse a una interpretación equivocada sobre la recepción de una contraprestación económica, sin embargo, para fines de un sistema de gestión de la calidad, cliente es la organización o persona que recibe un producto y pueden ser: consumidor, usuario final, minorista, beneficiario y comprador tanto interno como externo a la organización (ISO, 2005).

Tomando lo que es el caso de estudio sobre la importancia e impacto de la implantación de un sistema de gestión de calidad en un organismo judicial electoral basado en la norma ISO-9001:2008 y su enfoque en el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Sala Regional Monterrey se ha evidenciado una conceptualización positiva de la calidad en el servicio a la ciudadanía con apego a indicadores sobre desempeño de la calidad en los diferentes niveles de responsabilidad de la organización tanto en los procesos sustantivo como en los de soporte así como que es la herramienta por la cual la integración de Magistrados gestiona la calidad.

Mejores Prácticas Recomendadas

Para la gestión de un sistema de calidad, es recomendable lo siguiente:

- Total compromiso por el Equipo de Liderazgo
- Determinar el alcance a certificar, este alcance debe ser uno según la naturaleza y que impacte en la imagen del organismo hacia el tipo de ciudadano que sirve.

- Apegarse a la norma internacional o nacional que les aplique según su tipo de servicio o producto a la dependencia.
- Asignar recursos suficientes, no sólo los materiales que en ocasiones es lo más fácil de conseguir, sino asignar tiempo por parte de los funcionarios involucrados en los procesos dentro del alcance a certificar.
- Ser disciplinados en la consecución del objetivo.
- Establecer objetivos y metas sobre la calidad, en ocasiones se tiende a medir cantidades de actividades hechas y no la calidad de lo realizado. Un sistema de gestión de la calidad debe de medir la grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos, es decir, la calidad (ISO, 2005).
- Auditarse por organismos de certificación, siempre será positivo tener la opinión de una entidad externa e independiente al proceso y que aporte valor en cada vez que se audita.

Las organizaciones deben de buscar no quedarse en *status quo*, es por eso que la norma ISO-9001 se revisa y alrededor de cada siete años se emite una nueva versión con un enfoque de integración y mejora, así se evidencia en las versiones 1987, 1994, 2000 y la 2008. Ahora la ISO ha generado una nueva estructura para todas las normas que emita, este “Anexo SL”, integra dirección estratégica, evaluación de riesgos y partes interesadas así se ha especificado en la ISO/IEC-27001:2013 Sistema de Gestión de Seguridad de la Información y el ISO/DIS-9001, borrador de la norma ISO-9001 que está planificada su emisión para el cuarto trimestre de 2015. Además, las organizaciones, indistintamente de su orientación, debe considerar tratarse como un solo cuerpo y aplicar los estándares y regulaciones que le apliquen fortaleciendo su control interno que a su vez, incrementaría la transparencia y buen gobierno.

Referencias

- ABS Quality Evaluations. (2015). *Client Directory* [Archivo de Datos]. Recuperado de https://www.eagle.org/qenetcert/ECert.QECertificate?PROJECT_ID=43389&paperType=Letter&standard=ISO 9001:2008&language=Spanish
- ABS Quality Evaluations. (2015b). *Client Directory* [Archivo de Datos]. Recuperado de https://www.eagle.org/qenetcert/ECert.QECertificate?PROJECT_ID=54572&paperType=Letter&standard=ISO 9001:2008&language=Spanish
- American Trust, S.C. (2015). *Client Directory* [Archivo de Datos]. Recuperado de <http://americantrust.com.mx/sitio/buscar-certificados/>
- Guadarrama Sánchez, G. & Contreras Orozco, L. (2008). *La calidad en el gobierno de Vicente Fox: Una aproximación desde la perspectiva neoinstitucionalista*. Ed. El Colegio Mexiquense, A.C., 131. http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=books&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cmq.edu.mx%2Fcomponent%2Fdocman%2Fdoc_download%2F264-di1310437.html&ei=nOY1VfOoJIXSsAXvnIHocg&usg=AFQjCNHMZFiojTfEqfvRALNMjZwaYvh1eQ&bvm=bv.91071109,d.b2w
- Gutiérrez, P. (septiembre, 2010). La Experiencia Panameña de Gestión de Calidad en el Área Electoral. *Mundo Electoral*. 3(9). Recuperado de <http://www.mundoelectoral.com/html/index.php?id=537>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2015). *Esperanza de vida de los negocios en México*. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/experimentales/esperanza/default.aspx>
- Martínez Carazo, P.C. (enero – junio, 2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 20 (01-06) <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3576/2301>
- México. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (2009). Informe Anual 2008-2009 / Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Martínez Quiroga, J. M. (enero, 2011). Experiencia de Auditoría de Tercera Parte al Sistema de Gestión de la Calidad del Tribunal Electoral de Panamá. *Mundo Electoral*. 4(10). Recuperado de <http://www.mundoelectoral.com/html/index.php?id=611>
- México. (2014). Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2002. TEXTO VIGENTE. *Diario Oficial de la Federación*. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/244_140714.pdf
- La Sala Monterrey obtiene la certificación ISO 9001:2008. (11 febrero, 2011). *Comunicado de Prensa*. Recuperado de <http://www.trife.gob.mx/noticias-opinion-y-eventos/boletin/0/10/2011>.
- Obtiene TEPJF Certificación ISO:9001:2008. (agosto, 2011b). *Comunicado de Prensa*. Recuperado de <http://www.trife.gob.mx/noticias-opinion-Y-Eventos/Boletin/0/72/2011>
- México. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (2015). *Informe de labores 2013-2014. Sala Regional Monterrey: II Circunscripción*. (1ª. ed.). Recuperado de http://portal.te.gob.mx/sites/default/files/Informe_SR_Monterrey_2013_2014.pdf
- México. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (2015b). *Versión Ejecutiva. Informe de Labores 2013-2014. Sala Regional Monterrey: II Circunscripción*. (1ª ed.) México, D.F.: Autor. Recuperado de http://portal.te.gob.mx/sites/default/files/Informe_SR_Monterrey_2013_2014_Version_Ejecutiva.pdf

- Organización de los Estados Americanos. (2015). *Gestión de Calidad y Certificación Bajo Normas ISO*. Recuperado de <https://www.oas.org/es/sap/deco/NormasISO.asp>
- Organización de las Naciones Unidas. (2000). *Resolución aprobada por la Asamblea General [sin remisión previa a una Comisión Principal (A/55/L.2)] 55/2: Declaración del Milenio*. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/milenio/ares552s.htm>
- Organización Internacional de Normalización. (2005). *ISO-9000 Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario*. Ginebra, Suiza:Editorial ISO
- Simons, H. (2011). *El Estudio de Caso: Teoría y Práctica*. [versión Google Books] Recuperado de:
[https://books.google.com.mx/books?id=WZxyAgAAQBAJ&pg=PA244&lpg=PA244&dq=Simons,+H.+%282011%29.+El+Estudio+de+Caso:+Teor%C3%ADa+y+Pr%C3%A1ctica.+Ediciones+Morata,+S.L:+Madrid&source=bl&ots=r21hFgLe5E&sig=uSpSDFIDXZVOFX7yhA4Uxvubebs&hl=es&sa=X&ei=8Nw1VdX6AsqRsAW88YCACw&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=Simons%2C%20H.%20\(2011\).%20El%20Estudio%20de%20Caso%3A%20Teor%C3%ADa%20y%20Pr%C3%A1ctica.%20Ediciones%20Morata%2C%20S.L%3A%20Madrid&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=WZxyAgAAQBAJ&pg=PA244&lpg=PA244&dq=Simons,+H.+%282011%29.+El+Estudio+de+Caso:+Teor%C3%ADa+y+Pr%C3%A1ctica.+Ediciones+Morata,+S.L:+Madrid&source=bl&ots=r21hFgLe5E&sig=uSpSDFIDXZVOFX7yhA4Uxvubebs&hl=es&sa=X&ei=8Nw1VdX6AsqRsAW88YCACw&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=Simons%2C%20H.%20(2011).%20El%20Estudio%20de%20Caso%3A%20Teor%C3%ADa%20y%20Pr%C3%A1ctica.%20Ediciones%20Morata%2C%20S.L%3A%20Madrid&f=false)
- Siddiqi S, et al. (2008). Framework for assessing governance of the health system in developing countries: Gateway to good governance. *Health Policy*, doi:10.1016/j.healthpol.2008.08.005.
- Soley Gutiérrez, D. (2008). Democracia en el buen gobierno: instituciones, inversión social y desarrollo humano. *Quórum. Revista de pensamiento iberoamericano*, 39-44.
- United Nations
- Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, (s/f). *What is good governance*. Recuperado de <http://www.unescap.org/resources/what-good-governance>
- Velasco Rico, C.I. (abril, 2013). Análisis en clave competencial del Proyecto de Ley estatal sobre Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno. *Revista d'Estudis Autonòmics i Federals*, 17, 279-328.



LOSS OF SALES DUE TO INCORRECT FORECASTING OF DEMAND

Andrea Ríos Treviño

*Universidad Autónoma de Nuevo León (Facultad de Contaduría Pública y Administración)
Colonia Cumbres Elite sección Villas, Calle Villa Francesa 210*

Andy.rt.15@hotmail.com

Mexicana

Sergio Alejandro Valdez Contreras

*Universidad Autónoma de Nuevo León (Facultad de Contaduría Pública y Administración)
Colonia Villa de San Miguel, Calle Del Pretil 931*

Sergio.valdez.3304@gmail.com

Mexicano

Área y especialidad de la ponencia:

Administración de operaciones, Métodos de pronóstico para la demanda.

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 15/Mayo/2015

Abstract:

The main objective is to gather and document the information about the solution process a Mexican company followed. The problem was the loss of sales due to a forecasting error in demand. The company determined a supposition of what they thought was the cause to their problem was forecasting error in demand. There are different methods and techniques that can be used in solving such problem. They performed different stages of a known methodology, known as Total Quality Management. This methodology requires to measure, calculate, evaluate, plan and improve processes or tools in order to achieve, the set goal. In the end, results were very positive, although the use of a more robust forecasting method was necessary to be more successful.

Keywords: Action, demand, forecasting, quality, sales.

Document development

Introduction:

The company studied in this article requires to keep its name and financial information private, we were allowed to explain in detail the entire process they followed and how well this exercise ended for them.

It is a direct sales leader company in Mexico, dedicated to sell products for decorating houses, and make them look very good, home decor, furniture, garden furniture and accessories, kitchen accessories, plaques, and holidays decoration (Christmas, Halloween, etc.) and jewelry. They sell by catalog and their products are produced by providers in China, India, United States and Mexico; logistics becomes a key activity in order to bring their products to all of Mexico.

When we approached the company, it was brought into our attention that we should work, analyze and document a problem within the operations management group. We had several meetings with the operations director, quality assurance engineer and demand planning manager

in order to document all the information required to completely understand the problem, their solution approach and their end results in order to make our conclusions.

The hypothesis was determined once the company, specifically the lost sales team, asked themselves many questions with the information gathered and therefore the possible causes to this issue would be established.

Also the theoretical framework was included from which was considered in depth and accuracy those aspects of the problem, i.e., the different methods the company could use that may be useful in the analysis and obviously in the resolution of the problem.

The methodology was also documented the processes involved and the process used by the company in order to accomplish the objectives required, i.e., TQM (Total Quality Management), and the one technique they used with the different stages that comes with it, stages such as: Project , Current Situation, Analysis, Actions, Execution, Verification, Standardization and Ideas for improvement were analyzed.

The main conclusions were included in this document and once the company applied the corrective actions they needed to take and what were their results once they did all this, the final results were analyzed, and this is where we can see if they were right with the decisions they made along the entire process.

Through the investigation of different forecasting techniques was observed that there are many of them, from the simplest method to a more developed and complicated one, depending on the precision you want to get, as the method becomes more complicated it's results are more precise.

And as it can be observed through this investigation, forecasting demand is one of the major problems in a company, and it's mainly because even though you try to calculate how much people will buy a product, this information would not be correct, you may calculate correctly sometimes, but future is unpredictable, and therefore it is a problem always present in every company.

Problem:

The main problem in this Company was the loss of money due to lost sales they have had, which is the main reason why a multidisciplinary team of people from different areas was created, in order to find out the reasons behind this issue, to determine an hypothesis of what are the reasons for the problem and what to do to minimize their lost sales, saving money and improving the income of the company.

Hypothesis:

Once the company identified the problem, many suppositions about the main causes for this problem were being established. Many questions were asked like: why do they have lost sales? What could have caused it? why they had lost sales? which products caused the greatest percentage of lost sales? Does the location from where they came from caused those lost sales? Does the season catalog contributes to lost sales?

The main supposition was the lost sales issue is due to a forecasting error in demand.

Theory:

Forecasting can be understood as the method companies use to plan the future purchases of either, raw materials to produce their products and finished products. (Inc encyclopedia, 2015).

Jacobs & Chase (2011), Explain that there are two types of forecasting depending on the level of demand analysis, which are: strategic forecasts and tactical forecasts.

Strategic forecasts are useful when related to the capacity, production, process design, overall strategy, sourcing, location and distribution design and service process design (p.520).

Tactical forecasts are useful to estimate demand in a short period of time, like a few weeks or a few months. (p.520).

Also (Chambers, Mullik, & Smith, 1971) mentions that the selection of the method the company will use, depends on many factors: “The context of the forecast, the relevance and availability of historical data, the degree of accuracy desirable, the time period to be forecast, the cost/ benefit (or *value*) of the forecast to the company, and the time available for making the analysis” And there are many methods like the ones we will mention next.

Jonsson & Mattsson (2005) mentions that usually a small amount of a company’s products or customer is a major part of the company’s total revenue ration. By categorizing the products and customer for example after their revenue ratio, a company can identify their most profitable ones. (Arnold, Chapman, & Clive 2007) explain that this method is called ABC Analysis or even sometimes referred as to Pareto’s law.

By using the ABC Analysis products are usually divided into three categories, A, B and C, sometimes even more categories (Arnold, Chapman, & Clive, 2008). (as cited in Dugic & Zaulich, 2011).

Forecasting technique: Qualitative techniques:

This kind of technique is basing the customer demand on judgment and perception (Arnold, Chapman, & Clive, 2008). Olhager (2000) mention that this technique is a subjective method and that the demand is based for example upon, experts opinion, market research’s and a method

called Delphi. The Delphi-method means that a jury of experts makes assumptions regarding the demand were the goal or objective is to conclude a united decision. Qualitative techniques are mostly used for large product categories for a longer time period (Arnold, Chapman, & Clive, 2008). (as cited in Dugic & Zaulich, 2011).

(Jacobs & Chase, 2011) explain the panel consensus method and emphasize its main idea “...two heads are better than one”.

“Market research is used mostly for product research in the sense of looking for new product ideas, likes and dislikes about existing products...” (Jacobs & Chase, 2011). This method is also commented in the Introduction to materials management book. (Arnold, Chapman, & Clive, 2008).

According to Accounting finance and tax (2014), the sales force polling method is a simpler forecast method that uses specialized knowledge from different people working in the sales department of a company, this in order to get accurate forecasts on demand, since sales people usually know customers.

Forecasting technique: Extrinsic techniques

“Examples of such data would be housing starts, birth rates, and disposable income” (Arnold, Chapman, & Clive, 2008, p.223).

The author explains that a number of variables have the possibility to affect each other's development. To clarify his statement he mention an example, meaning that if the gasoline price is being raised, people will start to buy more fuel-efficient cars than before. (as cited in Dugic & Zaulich, 2011).

Forecasting technique: Intrinsic techniques

This method uses historical data to predict its forecast (Arnold, Chapman, & Clive, 2008). Olhager (2000), who calls this method quantitative, explain that the method is based on quantitative models. An example of quantitative technique is a method called time-series components. By using this method companies are including different components which effects then demand. (as cited in Dugic & Zaulich, 2011).

According to Arnold, Chapman, & Clive (2008), the moving average is a simple forecasting method used to get the average demand for the last 3 to 6 periods, depending on how accurate is expected to be.

And finlly the last one is exponencial smoothing method, which "... may be the most logical and easiest method to use" (Jacobs & Chase, 2011). And Arnold, Chapman, & Clive (2008), also agree with this statemnt and explain the procedure to calculate it.

Collaborative forecasting

Principally, the benefits resulting from collaborative forecasting are higher accuracy due to more valuable information processed. Additional market knowledge is gained as each company has different methods of acquiring and interpreting information. (Ballou, R. 2004, p.315) (as cited in Solveig, Zinnert, 2010).

In a collaborative forecasting effort, forecast of all time-horizons need to be produced using inter-organizational information and exchanged via supply chain effort. If the forecast long-term demand development implies wide-ranging consequences for any company's business, simulations have to prove to what extend the supply chain design is affected. (Chopra & Meindl, 2007, p.191). (as cited in Solveig, Zinnert, 2010).

Finally the insights have to be shared, decisions forged and supply chain adaption precociously initiated. (Engeler, G., 2004, p.213) (as cited in Solveig, Zinnert, 2010).

Waller, Dabholkar, & Gentry (2000), mention that by using speculation strategy a company adds value to the order before it is received and Pagh & Cooper (1998), explains that speculation is the opposite system towards postponement. (as cited in Dugic & Zaulich, 2011).

Bucklin (1966), considered that speculative inventories increase the average inventory cost per unit of product, but that they also facilitate an overall cost reduction by shortening delivery times. (as cited in Katsuyoshin Takashima, 2010)

Bucklin's postponement-speculation model is limited to inventory postponement speculation, but this study focuses on a modified version that can be applied to form postponement-speculation. Some researchers have conducted studies on postponement strategies that combine both geographical dimensions and upstream/downstream dimensions in relation to form postponement such as customization

(Van Hoek, 1999). For example, Feitzinger and Lee (1997), focused on Hewlett-Packard's printer manufacturing operations. (as cited in Katsuyoshin Takashima, 2010)

Exponential smoothing is similar to a moving average, but it places more weight on the most recent data. The weight on early periods drops off exponentially, so that the older the data, the less their influence. This weighting makes good sense and is supported by empirical studies (e.g., Ash and Smyth, 1973; Pashigian, 1964). (as cited in LONG-RANGE FORECASTING - From Crystal Ball to Computer).

Numerous alternatives to exponential smoothing can be used. One possibility is subjective or "eyeball" extrapolations. ADAM and EBERT 119761, and CARBONE and GORR (1985), found

objective methods to be a bit more accurate; however LAWRENCE et al. (1985), found the accuracy of subjective extrapolations to be good relative to objective methods:

In LAWRENCE eta (1985), three alternative judgmental methods were compared with extrapolative methods in forecasts for the 111 time series (MAKRIDAKIS, et al, 1982). No information was available to the judges other than the historical data. In general, the judgmental extrapolations ("eyeballing") were at least as accurate as the extrapolation methods. For longer lead times, the quantitative extrapolations were superior. "I believe this may be due to the dampening of the trend factor that occurs with judgmental extrapolations" (as shown in EGGLETON, 1982) Surprisingly, subjects provided with tables gave slightly more accurate forecasts than those provided with graphs. (as cited in LONG-RANGE FORECASTING - From Crystal Ball to Computer).

Marketing practitioners regard forecasting as an important part of their jobs. For example, Dalrymple (1987), in his survey of 134 US companies, found that 99% prepared formal forecasts when they developed written marketing plans. In Dalrymple (1975), 93% of the companies sampled indicated that sales forecasting was 'one of the most critical' aspects, or a 'very important' aspect of their company's success. (Jobber, Hooley and Sanderson, 1985), in a survey of 353 marketing directors from British textile firms, found that sales forecasting was the most common of nine activities on which they reported. (as cited in LONG-RANGE FORECASTING - From Crystal Ball to Computer).
Forecasting methods: Structured analogies:

To use the structured analogies method, administrator prepares a description of the target situation and selects experts who have knowledge of analogous situations; preferably direct experience. The experts identify and describe analogous situations, rate their similarity to the

target situation, and match the outcomes of their analogies with potential outcomes in the target situation. The administrator then derives forecasts from the information the experts provided on their most similar analogies. There has been little research on forecasting using analogies, but results are promising. Green and Armstrong (2005), found that structured analogies were more accurate than unaided judgment in forecasting decisions in eight conflicts. (as cited in Armstrong & C. Green, 2005).

Expert systems forecasting involves identifying forecasting rules used by experts and rules learned from empirical research. One should aim for simplicity and completeness in the resulting system, and the system should explain forecasts to users. (as cited in Armstrong & C. Green, 2005).

Collopy, Adya, and Armstrong (2001), in their review, found that expert systems forecasts are more accurate than those from unaided judgement. This conclusion, however, was based on only a small number of studies. (as cited in Armstrong & C. Green, 2005).

Now, a table synthesizing forecasting techniques mentioned, as well as authors expert on the topic will be shown, in order to present all of them in an organized way so it's easier to analyze them.

Table 1: Forecasting techniques used in the calculation of demand.

Techniques.	Authors.
Forecasting qualitative techniques.	(Arnold, Chapman, & Clive, 2008). (Jacobs & Chase, 2011, p. 543)
The Delphi-method.	(Arnold, Chapman, & Clive, 2008, p. 223) (Jacobs & Chase, 2011, p. 546) (Olhager,2000).

Executive opinion or panel conscious.	(Accounting finance and tax, 2014). (Jacobs & Chase, 2011)
Sales force polling	(Accounting finance and tax, 2014)
Consumer surveys or market research	(Accounting finance and tax, 2014). (Jacobs & Chase, 2011)
Usage of qualitative techniques.	(Arnold, Chapman, & Clive, 2008). (as cited in Dugic & Zaulich, 2011).
Forecasting extrinsic techniques.	(Arnold, Chapman, & Clive, 2008, p.223).
Forecasting intrinsic techniques.	Arnold, Chapman, & Clive, (2008).
Time-series components method.	(Jacobs & Chase, 2011). (Olhager, 2000).
Average demand	(Arnold, Chapman, & Clive, 2008, p.225).
Exponential smoothing	(Accounting finance and tax, 2014). (Arnold, Chapman, & Clive, 2008, p.227). (Jacobs & Chase, 2011, p.524)
Moving average	(Accounting finance and tax, 2014). (Arnold, Chapman, & Clive, 2008, p.225).

After the information has been analyzed and understood, it's time to compare the theory gathered with the procedure followed by the company to solve the issue, in this way conclusions about it will be easier to determine.

Methodology:

The methodology used in this investigation is a study case, not exploratory, not correlational, transactional, made by observation and compilation of documents, depth interviews applied to people which had knowledge of the issue in the company, and numerical data to be able to quantify in percentage the quantities needed to develop the investigation, and this helped in the understanding of the main problem in the company.

When the new order process was established, it included a measurement of lost sales through measuring which products were requested and were not delivered to the customer. This provided first sight of the problem. Once team was build out, real work started.

First, information related to each single product they sell was gathered and analyzed. The Pareto tool was used to analyze and then classify data into:

Caused and non-caused lost sales. Caused lost sales refer to products no longer to be purchased due to performance (usually within a SALE promotion). Non-caused lost sales refer to products that continue to be sold but for some reason were not available in the inventory.

And then by catalog to which each product belongs to. The company launches three main catalogs, and three holiday catalogs along the year. It was important to determine to which of these catalogs belong the lost sales.

Category of the product, like furniture, kitchen accessory, bath accessory, candle, etc. By provider, to know if lead times were an issue for them.

For each one of these analysis they calculated the total amount of money they lost per category and then calculated the percentage of lost money each product has in proportion to the total amount of money lost.

They followed an empirical methodology, which is the TQM (Total Quality Management), since they have been using it for a very long time and was standardized into their projects and processes. They used graphs, tables, and diagrams like the ishikawa or fish diagram which is part of the methodology.

Operations director of this company explained that this methodology consists of eight stages, which are:

Project: Here they determined the main information of the project which includes the 5w's/1h technique. This is a table that includes what they had to do, why they had to do it, how they were going to do it, who had to do it and finally when and where they were going to do it. It also includes which indicators and macro processes are involved, which persons are part of the team and which are the rules the team will follow to work during the duration of the project.

By doing this they assure the team doesn't has loose ends through the project because they determine everything about the project of the problem.

Current situation: In this stage they establish current situation quantitatively for the last period of time. Since it was 2010 and a complete cycle of sales was one year of duration, they decided to use sales and lost sales of 2009, and determined that for this year they had two different types of lost sales (Caused and not caused lost sales).

Since caused lost sales cannot be changed because they refer to obsolete products no longer in any catalog, they decided to focus on the not caused losses only and the active products they have. Then, from those products, they established the following information:

Total amount of articles they sell (574) and total products that generated lost sales (143) which is their total population they reduced it to 143, and this is the sample.

Total sales for 2009 and total lost sales compared them with the active products for that year they established a fulfillment rate of 92.27%, which means they had a total of 7.73% of lost sales for this year due to the active products.

And finally for this stage in the project they established a goal they would like to reach at the end of the process or the goal they expect they can meet, which is 96.14%.

This company deals with more than 450,000,000 million of pesos by year, so when we are talking about a decrease in lost sales of 3.87%, we know that we are talking about an important amount of money although it might seem like it's nothing.

Analysis: the causes for lost sales were determined due to the root-cause method, i.e. each product was analyzed from the sample.

Among all the probable causes for the lost sales they previously determined by brainstorming at the beginning then they could prove that 10 of them were true and finally the focus fell over the next ones:

1. Incorrect forecasts of demand.
2. Delay sending goods by the supplier.

They mainly focused on the first one because is the one considered as the main cause or vital cause that must be reduced.

Then the next ones were identified as the main forecasting reasons for the lost sales:

1. Incorrect forecast of new lines
2. Incorrect forecast of regular line (Change of catalog).

Another important factor found it was causing lost sales was the shipping of products from other parts of the world, due to different providers the company have.

For delays in traffic they analyzed all the containers that arrived to Mexico's ports: Laredo and Manzanillo from China's ports: Xiamen and Chiwan as well as in how many days they arrived in 2009 and compared them to the ones of 2010

The company, in 2009 calculated that a shipment coming from China to be delivered in 30 days maximum. As the graphic shows in the results, most of the delayed shipments, which are the ones that were delivered after the 30 days established, were coming from the Xiamen port in China.

Actions: In this stage of the process they established which actions they are going to take. They decided to apply the 5W's/1H technique in order to cover all of what they can about designing the actions to be made.

Execution: in this stage of the process the actions developed in the previous stage were executed or implemented.

Verification: all the stages of the process were reviewed just as each one of them was developed and checked every detail of it in order to make an objective decision about the effectiveness of their process. Also the final decisions about the actions that were going to be made were checked and its results, which will be mentioned later, to determine if the next stage of the process can continue.

Standardization: the new processes or methodologies developed for the company in order to avoid losing sales, in this case, for the vital causes discovered with the help of this technique were standardized.

Ideas for improvement: the things that could have been done better were observed to get a better result, a discussion related to the elaboration of another cycle of this process, i.e. if this

technique was needed to be applied again in order to keep the processes and methodologies improvement in order to have better a fulfillment rate.

Results:

The next graph shows the percentage of lost money each of the selected products had proportionate to the total quantity of money lost:

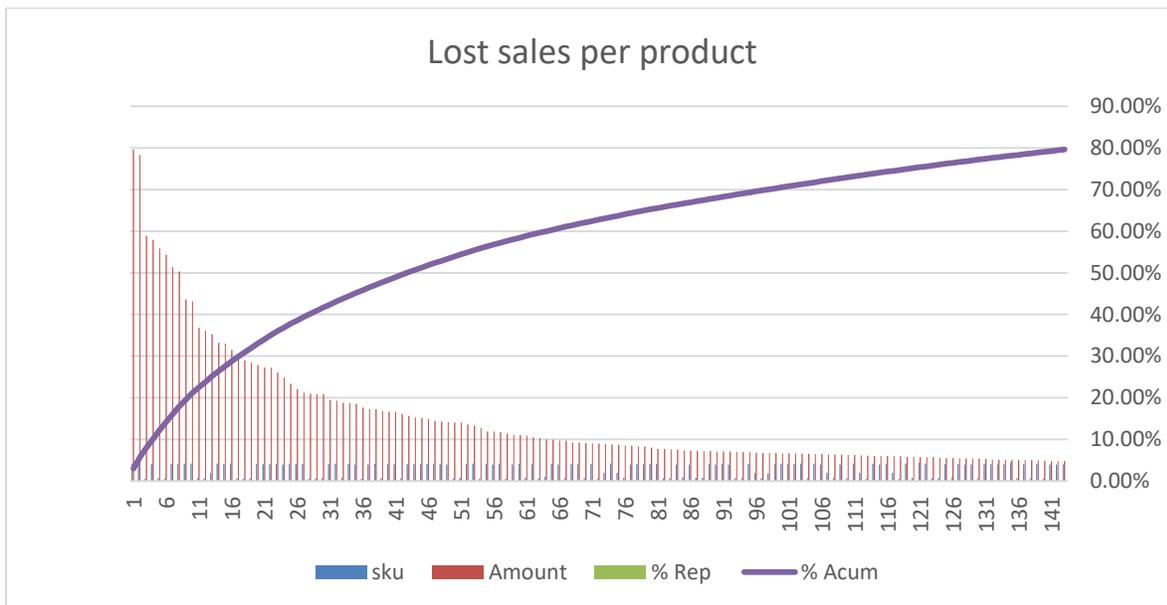


Figure 1 Columns Graph: Total lost sales in percentage by product. Adapted from company's data.

The next graph shows the main causes the company could determine after doing an analysis of all the data:

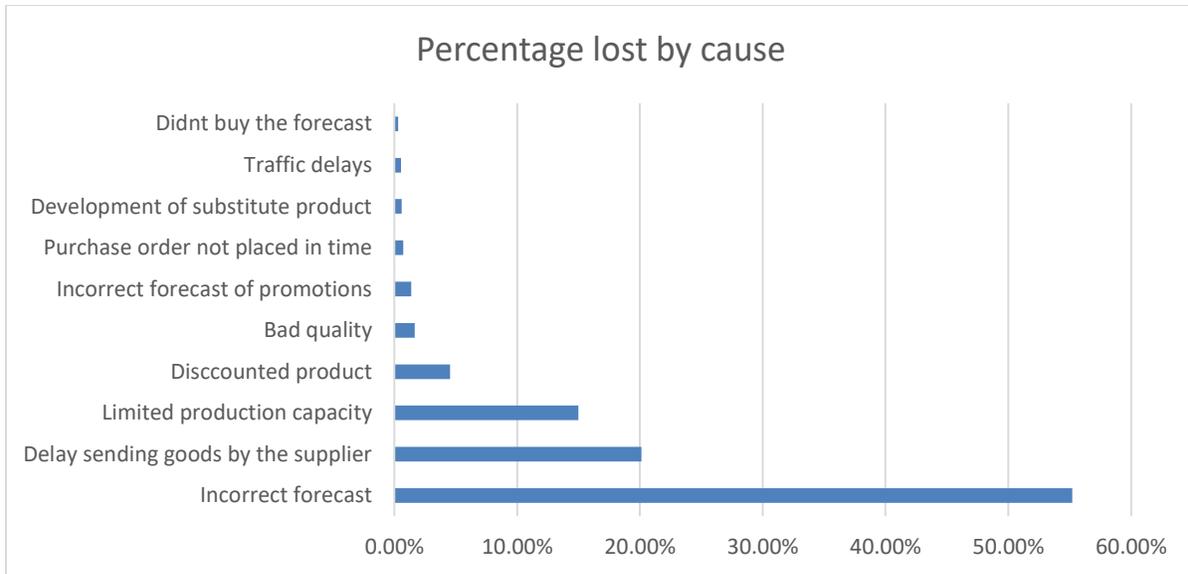


Figure 2 Main causes determined and arranged from the most important to the least important one. Adapted from company’s data.

More than the 50% of their losses in active products is due to the incorrect forecast they did, therefore it was decided to go deep in this cause and divided it in different causes in order to know exactly what kind of forecasting was done wrong in the company.

The next graph shows the two main reasons in forecast that cause the loss of sales:

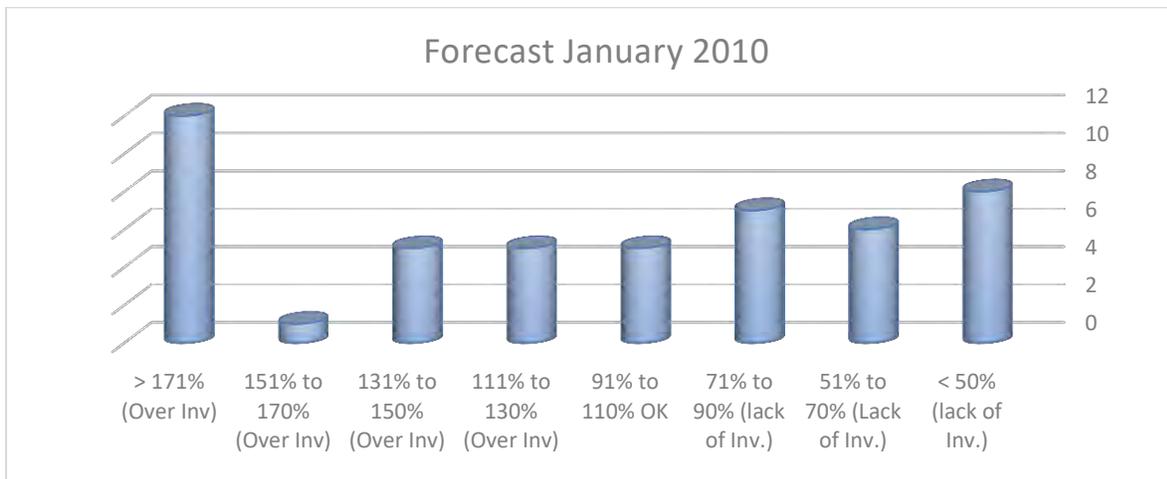


Figure 3 Types of forecast used in the company ad level of certainty for 2010. Adapted from company’s data.

This cause was determined as a main cause and the statistical results were analyzed just to realize that the products that mostly caused lost sales came from China, which is the next cause on the main causes they developed due to the root-cause method mentioned before, as it is shown in the following graph:

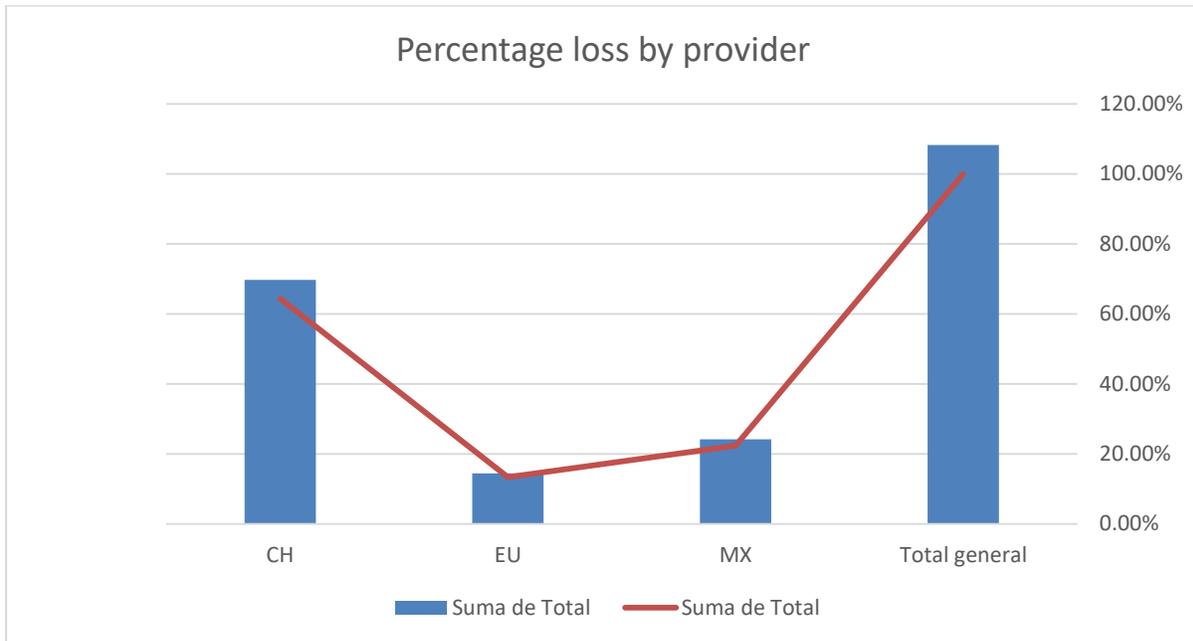


Figure 4 Percentage loss of money caused by delays in providers shipments

More than the 60% of the lost money comes from products sent from China, since shipments delayed.

The second main cause of lost sales also was studied based on the information gathered, and was determined that products coming from Xiamen port were the ones that took so long to come in two different occasions, as is shown in the following graph:

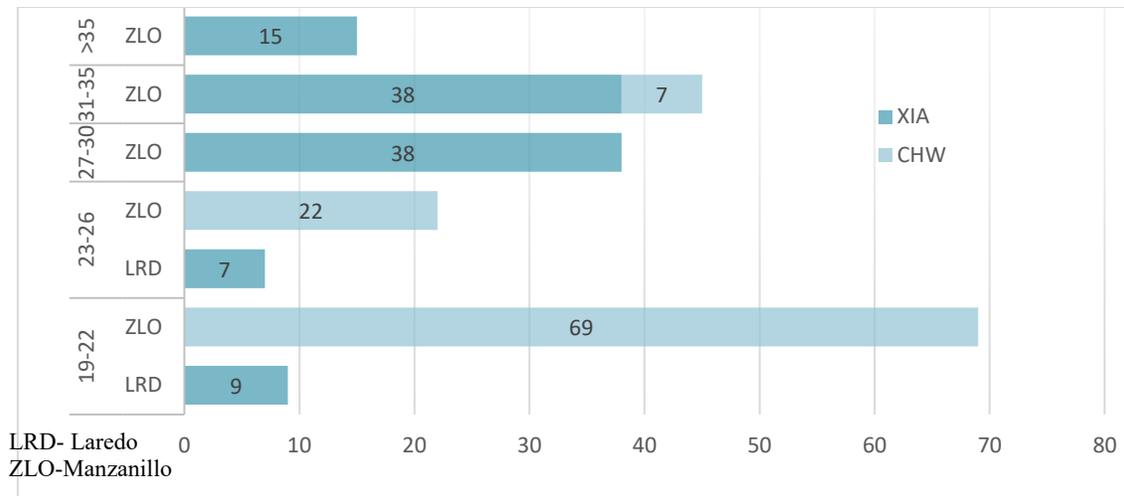


Figure 5 Shipments sent from different ports to the company. Adapted from company's data

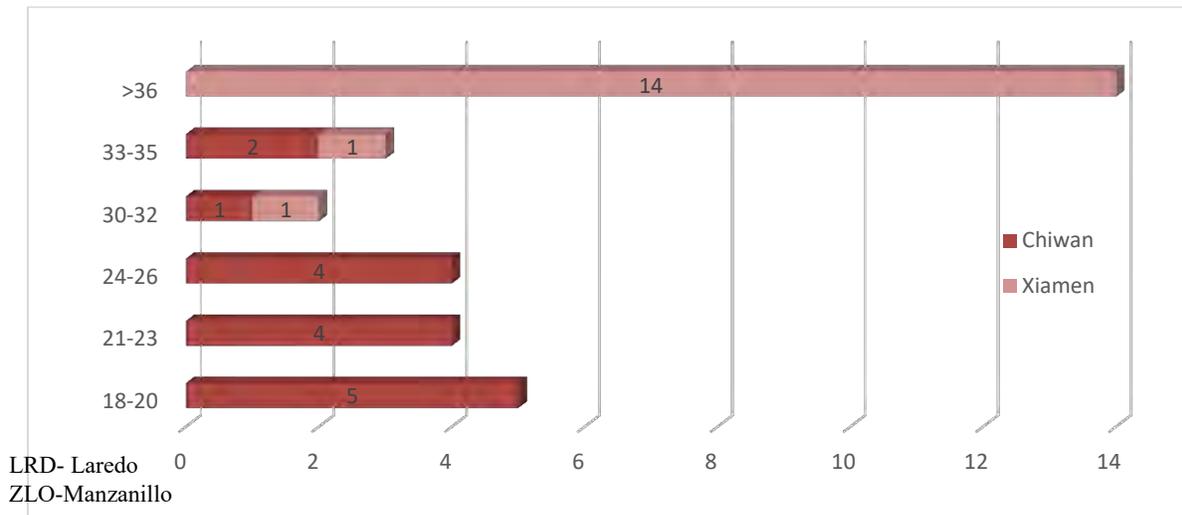


Figure 6 Shipments sent from different ports to the company adapted from company's data.

The actions to be made for the different main causes are:

Vital Cause 1: Incorrect Forecast in new lines:

Redefine the criteria to consider in the development of the Forecast, and modify the methodology currently used for calculating forecast. By analyzing: supplier, catalog distribution, degree of commercialization and logistic, evaluating the different methodologies to forecast in order to define the best one and considering the catalog distribution, to forecast the demand.

Vital cause 2: Incorrect Forecast in regular line:

Update the way in which reorder point is calculated, and the parameters that are required to suggest a PO (Purchase Order), by modifying the formula which defines the reorder point considering all the factors affecting future demand for each item.

Vital cause 3: Late Traffic by Port of Xiamen:

Find another option for Shipping Xiamen port and define a procedure to evaluate providers shipments and customs brokers, by hiring a shipping company that shipments departing directly from Xiamen to Manzanillo and documenting the evaluation process of suppliers (shipments and customs brokers).

At the end of the cycle, the company could see that the goal they established, which is the 96% wasn't accomplished as we can see in the next graph:

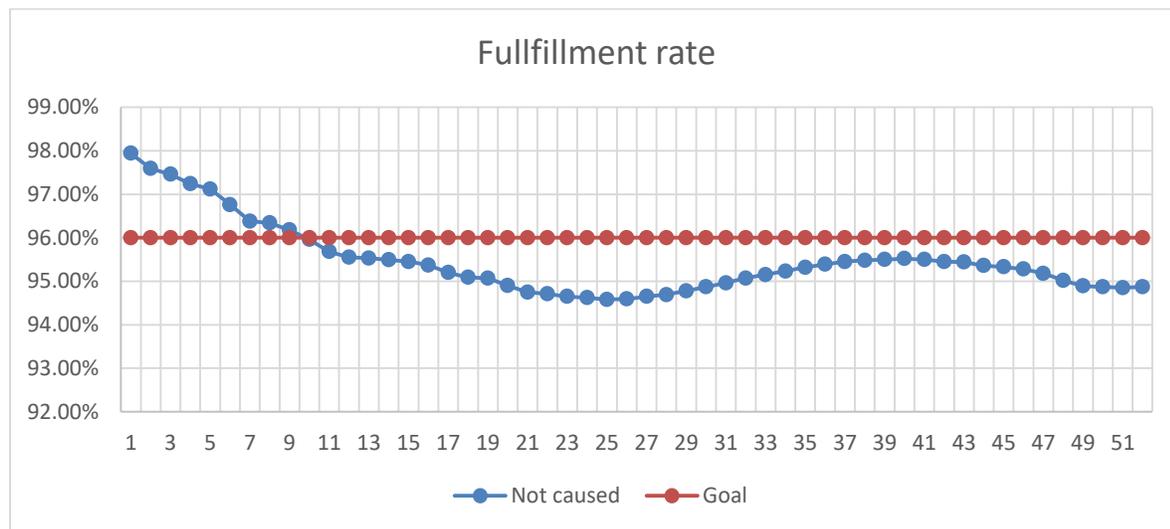


Figure 7 Fulfillment rate for sales in 2010 according to the goal set. Adapted from company's data.

It was known already that the goal wouldn't be accomplished because the goal was set very high in order to elevate the fulfillment rate of the products as much as it could be done, and indeed it was, a 95.47% of fulfillment rate was reached for the products in average.

As a result certain actions needed to execute were determined in order to achieve the original goal of 96%:

1. Improve the methodology of the calculation of the Forecast.
2. Measure the Error of the Forecast to consider it for the next calculations.
3. Calculate a safety stock by product based on a Formula they learned in a seminar.
4. Evaluate a software they already have for the calculation of the forecast, since excel is too risky for them.
5. Plan the demand, not only forecasting it, to reach the sales Goal

Conclusions:

In figure 1 is shown that the 80% of total lost sales was only caused by 143 products from all the ones that they have caused them lost sales, this is why their sample was formed by this 143 products specifically. So the question stated on the introduction was answered, the ones which had more importance where determines and studied.

Figure two represents the percentage of lost money each cause they determined has and the reason of why the ,aim attention was focused on the first two is because they are the ones that if they solve at least to decrease the percentages by half will beneficiate the company a lot, then the other causes would be attacked as well.

As it can be observed on figure 5 and figure 6 is shown from where does the products which cause lost sales come from, the majority are from china, although china´s supplier is the biggest one the company buys from, so the problem with this is that there is not being implemented an established method which can help in the calculation of the lead time for the products coming from china.

On the products analyzed because of lost sales there weren't taken into account seasonal products like Christmas, Halloween, among others, since these kind of products tend to cause many lost sales due to promotions, so these products do not form part of the lost sales percentage taken into account.

Getting real information, based on data gathered and really understand what is the current situation and the consequences of the issue is a very good and reliable strategy, in order to know what to expect more or less in the results and to know better what decisions to take or make in the company so that you can reach the best benefit.

The company's results were very positive, and did showed they had control over the problem but it is recommended applying a developed method for forecasting as well as other different methods to calculate the average time in which one of the products will get to México is the best option to solve the problem exposed in this investigation.

Also establishing a very high goal to reach is a great idea, since it makes every employee involved to really focus and try to meet the goal and at the end goals are fulfilled or almost fulfilled.

The hypothesis established at the beginning turned out to be correct and there where actions taken in order to get more accurate results at the time forecasting for demand of each product is calculated, this in order to avoid losing money in big quantities, like it has been happening.

Table 2: Answers to the questions stated in the hypothesis.

Main conclusions:	
Questions:	Conclusions
Why do they have lost sales?	Because forecasts on demand of products are wrong by a big difference, either there are products with very small inventory in the company that people asks very much or products with big quantities on inventory that no one buys.
What could have caused it?	The lack of a reliable methodology precise enough to calculate the most accurate forecasting on demands, as well as the lack of a control to calculate the lead time of products that come from China to Mexico, since the majority of the products managed by the company are from China.
Which products caused the greatest percentage of lost sales?	It was observed that 143 of the total products managed by the company caused the 80% of the total lost sales.
Does the location from where they came from caused those lost sales?	Certainly it does but the error is found on the calculations made by employees to know when the products arrive since the

majority of the products come from China.

Does the season catalog contributes to lost sales?

It doesn't, products from seasons like Christmas or Halloween weren't taken into account since the majority of them case even more lost sales but are provoked and expected by the company.

References

- Accounting finance and tax. (2014). *Accounting financial*. Retrieved from Qualitative and quantitative forecasting methods and techniques: <http://accounting-financial-tax.com/2009/04/qualitative-forecasting-methods-and-techniques/>
- American Psychological Association. (2010, March 02). *APA Style*. Retrieved from Lists, Part 5: Bulleted Lists: <http://blog.apastyle.org/apastyle/2010/03/lists-part-5-bulleted-lists.html>
- Armstrong, S. J., & Green, K. C. (2005, September). *Demand Forecasting*. Retrieved from Evidence based methods: <http://www.buseco.monash.edu.au/ebs/pubs/wpapers/2005/wp24-05.pdf>
- Arnold, J. T., Chapman, S. N., & Clive, L. M. (2008). *Introduction to Materials Management*. New Jersey USA: Pearson Prentice Hall.
- Chambers, J. C., Mullik, K. S., & Smith, D. D. (1971, July). *Harvard business review*. Retrieved from How to Choose the Right Forecasting Technique: <https://hbr.org/1971/07/how-to-choose-the-right-forecasting-technique>
- Fernández Collado, C., Hernández Sampieri, R., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico city, Mexico: McGraw Hill.
- Inc encyclopedia. (2015, April 20). *Busines planning, Sales Forecast*. Retrieved from Forecasting: <http://www.inc.com/leigh-buchanan/the-successful-leather-shop-straight-out-of-portlandia.html>
- Jacobs, R. F., & Chase, R. B. (2011). Operations and Supply Chain Management. In R. F. Jacobs, & R. B. Chase, *Operations and Supply Chain Management* (pp. 520-522). New York, NY: MacGraw Hill.
- Jonkoping International Business School. (2011, May). *Jonkoping University*. Retrieved from Forecasting system at IKEA Jonkoping: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:437863/FULLTEXT01.pdf>.
- Katsuyoshi, T. (2010, March). *Defining Product Customization as Form Postponement*. Retrieved from Techniques: https://www.b.kobe-u.ac.jp/paper/2010_18.pdf.
- Klumpp, M. (2010). *Supply chain management*. Retrieved from Integrative long term supply chain demand planning: <https://books.google.com.mx/books?id=yGWpb1Pjsi0C&pg=PA31&lpg=PA31&dq=ballou+%282004+p.315%29+collaborative+forecasting&source=bl&ots=YZWvpeytgr&sig=CANGYwubxQzwYjuWgvJDzqVOBul&hl=es&sa=X&ei=hic0VdWdD8PZtQXnqIDIDQ&ved=0CckQ6AEwAQ#v=onepage&q&f=true>
- Southern Cross University. (2015, March 30). *SCU Referencing Guide*. Retrieved from SCU Library's guide to the APA 6th referencing style.: <http://libguides.scu.edu.au/content.php?pid=161580&sid=1604798>



LAS PERSPECTIVAS DEL IMPACTO DE LAS IES EN LA COMUNIDAD Y SU PRESTIGIO: INSTRUMENTO PRELIMINAR

Tavizón-Salazar, Arturo¹, Torres-Mansur, Sandra Maribel², Placeres-Salinas, Saldra Imelda³, Ríos González, Jorge Eugenio,⁴ Laines-Alamina, Cristina Isabel.⁵

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración (México),
artavizons@gmail.com, Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo
León, México, +52 1 81 1790 1187*

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración (México),
sandra.torresmn@uanl.edu.mx, Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza,
Nuevo León, México, +52 1 81 1610 0946*

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración (México),
sandra.placeressl@uanl.edu.mx, Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza,
Nuevo León, México, +52 1 81 8309 1160*

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración
(México), jorgerios81@gmail.com, Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza,
Nuevo León, México, +52 1 81 1277 8004*

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración (México), Av.
Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México, +52 1
81 1277 8004*

Fecha de envío: 21/Abril/2015

Fecha de aceptación: 14/Mayo/2015

Resumen

La importancia del prestigio de las universidades es valorado por medio de diferentes *rankings* nacionales e internacionales que contienen variables que permiten evaluar y comparar a las diferentes instituciones de educación superior [IES], el propósito es comparar las variables que influyen en el prestigio de las IES en rankings nacionales e internacionales para crear un instrumento y conocer la opinión de la comunidad mediante la opinión de los padres de familia sobre una de las IES más grande del Noroeste de México. Se propone un modelo que contempla el prestigio de la IES, la infraestructura, el desempeño de los profesores, el desarrollo integral del alumno, la calidad de los programas académicos, y el impacto social de la IES en la comunidad.

Palabras claves: Prestigio Universitario, Prestigio de IES, Impacto Social, Grupos de Interés

Introducción

El desarrollo económico de las naciones, está generando grandes cambios en la educación superior (IES), hablar de competitividad, globalización, fuerzas de mercado, clientes, parques tecnológicos, innovación industrial, educación transnacional desarrollo regional, (Olvera, 2008) exige a las instituciones de educación superior [IES] cambiar constantemente y vigilar su entorno.

Es importante la calidad en las IES para poder dar respuesta a los cambios económicos y sociales que trae la tendencia actual de la globalización. Una tendencia visible es “ el mejoramiento de la gestión de la calidad de la educación, como una respuesta a la globalización y a tener la posibilidad de enfrentar con éxito la competitividad general y educativa al que este proceso conlleva” (Rodríguez, Gómez & Ariza, 2014). Algunas de las medidas que han tenido que llevar a cabo las IES tanto a nivel mundial como nacional es la acreditación de mínimos y máximos, las pruebas de educación de calidad internacionales (Restrepo, 2006). Las IES acrediten sus programas académicos para mejorar sus gestión educativa lo que ayuda a estar mejor evaluado en los rankings Internacionales. Según la *QS World University Rankings* 2014/15 las Universidades que ocupan los primeros lugares en calidad según su prestigio son las siguientes: Massachusetts Institute of Technology (MIT), en segundo lugar University of Cambridge y el tercer lugar lo ocupan la Imperial College London y Harvard University.

En cuanto a las Universidades que ocupan los 3 primeros lugares en Latinoamérica, según la *QS University Rankings Latinoamérica* 2014 son las siguientes: en primer lugar se encuentra la Pontificia Universidad Católica de Chile, el segundo lugar la Universidad de Sao Paulo y en tercer lugar la Universidad estadual de Campinas.

El mejoramiento continuo de la calidad en la era del conocimiento es una obligación de la educación (Restrepo, 2006), ya que ayudará a la población a obtener condiciones de desarrollo pleno y en posibilidades de poder competir con las naciones del mundo. Por ese motivo la Universidad Autónoma de Nuevo León se esfuerza en conseguir las acreditaciones nacionales como: CIEES, CACECA, CONACYT e ISO 9001. Además de acreditaciones internacionales como: AACBS, ACBSP, EQUIS y EPAS. Las cuales ayudan a generar un sistema de gestión en la calidad académica y aportan al desarrollo integral del alumnos y de la comunidad. Por consiguiente se genera un prestigio Rankings internacionales y nacionales.

Marco Teórico

Uno de los factores importantes que las Instituciones de Educación Superior (IES) deben considerar es su prestigio, ya que en base a ésta los diversos grupos de interés crean una perspectiva y generan expectativas de la misma. El prestigio de una organización es la impresión holística en la mente de los públicos como resultado de la interacción de sus creencias, experiencias y sentimientos hacia la misma (Hatch & Schultz, 1997).

La reputación y prestigio corporativo por lo general hace referencia a la siguiente pregunta: ¿Qué es lo que piensan los grupos de interés de una Organización? (Delgado, Escudero & Hurtado, 2013, p.622). Con frecuencia el prestigio se considera como la percepción externa de los grupos de interés, la cual está fundamentada en las impresiones y actitudes hacia la Organización (Heding, Knudtzen, & Bjerre, 2009). La reputación comprende hechos históricos, la percepción de los grupos de interés y de la capacidad de la Institución para generar valor (Rindova, Williamson, Petkova, & Sever, 2005).

Dichos aspectos pueden ser analizados con la recolección de datos a través de entrevistas y encuestas aplicadas a los grupos de interés, las cuales revelan el conocimiento o desconocimiento de los cambios estratégicos de la Institución y la percepción de la imagen (Steiner, Sundström, & Sammalisto, 2013).

Los grupos de interés de una Universidad están conformados por cuatro grupos: docentes, estudiantes, unidades académicas e instituciones y la comunidad (Zlotkowski, 2007). El grupo mencionado como comunidad en la cita anterior, hace referencia a la sociedad en general y como parte de ese ámbito se encuentran los padres de familia, a los cuales se enfoca la investigación.

Los padres de familia tienen un papel muy importante, ya que tienen una mayor participación en las decisiones de carrera de sus hijos; Por lo general estos los orientan en base a sus experiencias laborales y de vida, y a la percepción que tienen de las Instituciones. Además, con frecuencia son los que financian el costo de los estudios de sus hijos, por lo tanto la opinión de los padres de familia acerca del prestigio o reputación de las IES es fundamental para la matrícula y sobrevivencia de la misma. Coughlan (2008) informa de cómo los padres de familia quieren retener el control de la inversión psicológica y financiera en sus hijos; actuando frecuentemente como consejeros a lo largo de toda la trayectoria en la experiencia de la educación superior de sus hijos. Se cree que la influencia de los padres en las decisiones relacionadas a la educación superior, y en ocasiones a las decisiones de empleo de los estudiantes ha ido en incremento.

Una de las maneras de medir el prestigio de las IES es a través de los *Rankings*, los cuales son el resultado de encuestas aplicadas a diversos grupos de interés relacionados con las Universidades. Los *Rankings* influyen en los juicios y decisiones de los líderes universitarios y

profesores, estudiantes prospectos, estudiantes de intercambio internacional y sus familias, legisladores e inversionistas de la industria y filantrópicos (Hazelkorn, 2008; 2011).

En la actualidad los *rankings* han tomado un papel muy importante para las IES, ya que apoyan el prestigio y la imagen de las mismas, de esta manera va creando su reputación acerca de ciertos factores como la calidad académica de sus programas y planes de estudio, el desarrollo de sus estudiantes, el prestigio de su profesorado, entre otros. La posición de una Universidad en el *Ranking* proporciona evidencia de su calidad académica; y un título obtenido en una universidad con una posición en el ranking más alto es más valioso en el mercado, ayudando a los estudiantes en la búsqueda de empleos (Morrish & Lee 2011). El *ranking* de las Universidades se simplifica en dos características importantes: desempeño institucional y su reputación o prestigio (Williams & Van Dyke 2008).

De acuerdo a la Dirección General de Evaluación Institucional de la Universidad Nacional Autónoma de México (2011), los *rankings* universitarios se diferencian entre sí básicamente por su orientación metodológica. Por un lado están los que se sustentan en procedimientos cuantitativos de evaluación de la producción de conocimientos mediante la medición del número de publicaciones y citas, entre otros indicadores comparativos comentado por Dill y Soo en 2005.; Por otro, los que se apoyan en sondeos de imagen y reputación: evaluaciones de pares o de consumidores de servicios educativos, ya sean estudiantes, padres de familia o empleadores según citado por lo comentado por los autores Beyer , Sniper en 1974 y Cave 1997, Federkeil, 2008; Ackerman 2009. Este estudio se basa en aquellos que se enfocan en la imagen y reputación de las IES para analizar ¿Cuáles son los factores a evaluar? Y así elaborar un instrumento de medición aplicado a los padres de familia de los egresados de la Facultad de Contaduría Pública

y Administración (FACPYA) de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) donde se consideren dichos factores para medir el prestigio de la misma.

Todas las Universidades quieren mejorar su *ranking*; las Facultades quieren ser asociadas con instituciones prestigiosas; y los estudiantes quieren ser seleccionados por estas (Marginson, 2014). Algunos de los factores que pueden influir en la reputación de una Universidad son: tamaño de la institución, localidad, apariencia, alcance de lo que ofrece, excelencia de los docentes, diversidad de los estudiantes, moral del campus, destreza atlética, servicio a la comunidad y la imagen institucional, entre otros (Arpan 2003; citado por Delgado, Escudero & Hurtado, 2013, p.623). Por esta razón en este estudio se analizan los diversos factores que se toman en consideración en los *Rankings* en los que participa la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) y la ubicación donde se encuentra posicionada.

A continuación se presenta un cuadro comparativo de los indicadores que son considerados por los rankings internacionales en los que participa la UANL.

Tabla 1. Comparación de rankings internacionales, Elaboración propia.

Quacquarelli Symonds-QS Stars University Rankings 2014	Quacquarelli Symonds-QS Latinoamérica University Rankings 2014	Quacquarelli Symonds-QS World 2014	Universitas Indonesia – UI Green Metric World Universities Ranking 2014	SCImago Institutions Rankings 2014	Webometrics Ranking of World Universities 2015	U-Multirank 2015	El Universal – Las mejores Universidades de México 2015
1.-Investigación.	1.-Reputación Académica.	1.-Entorno e Infraestructura	1.- Reputación académica	1.-Documentos publicados en revistas científicas indexadas.	1.-Número de páginas recuperadas.	1.-Datos generales del no. de estudiantes.	1.-Calidad docente.
2.- Satisfacción de los estudiantes con la enseñanza.	2.-Reputación según el empleador.	2.- Energía y cambio climático.	2.-Reputación del empleador.	2.-Colaboración Internacional.	2.-Número total de enlaces externos únicos recibidos (inlinks) por un sitio.	2.- Docencia y aprendizaje.	2.- Índice de investigación.
3.- Empleabilidad.	3.- Profesores/ proporción de estudiante.	3.- Educación (sostenibilidad)	3.- No. de personal académico y empleadores en relación al número de estudiantes matriculados.	3.- Impacto Normalizado(Científico)	3.-Ficheros ricos. (Rich)	3.Investigación(Publicaciones)	3.- Empleabilidad
4.Internacionalización	4.-Citas por artículo.		4.- Citaciones por facultad	4. Publicaciones de alta calidad.	4. Académico (Scholar).	4.-Transferencia de conocimiento.	4.- Ofertas de posgrado
5.- Instalaciones.	5.-Papeles por Profesor.		5. - Facultad internacional y proporción de estudiantes internacionales	5.-Índice de Especialización.		5. - Orientación internacional.	5. - Metros cuadrados construidos
6.- Enseñanza en línea /distancia.	6. - Proporción de personal con un doctorado.			6. - Excelencia proporción.		5. - Implicación en el desarrollo local.	6. - Oferta de posgrado
7. - Responsabilidad Social.	7. - Impacto web.			7.-Liderazgo Científico.		7.-Indicadores de Cartografía.	7. - Prestigio Internacional
8.-Innovación.				8. - Excelencia con Liderazgo.			
9.-Arte y cultura.				9. - Piscina de talento científico.			
10.-Inclusividad.				10. - Piscina de talento científico.			
11.- Criterios especializados.				11.-Innovación			

La Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) participa en los *Rankings* anteriormente mencionados, dentro de los cuales se encuentran: U-Multirank en este *Ranking* la UANL en el año 2015 se posicionó en el lugar 5 de la Universidades de Latinoamérica; en el *Ranking* de SCIMago en el año 2014 se ubicó en el lugar 8 de 53 Universidades participantes; mientras que en el Quacquarelli Symonds (QS) Latin America obtuvo el lugar 64 en el año 2014 y en el *Ranking* de “Las mejores Universidades de México” llevada a cabo por el Universal en el año 2015 se posicionó en el lugar 3.

En el cuadro comparativo de los *Rankings* internacionales y nacionales en los que participa la UANL presentado anteriormente, se observan los indicadores que se toman en consideración para *rankear* a las Universidades. Se puede observar que entre los indicadores que son comunes entre los diferentes *Rankings* y que van enfocados hacia la comunidad, se encuentran: la calidad académica y los planes de estudio, la opinión de los empleadores y la vinculación con estos, la infraestructura de la institución para el desarrollo integral del estudiante en ámbitos deportivos, culturales, de sustentabilidad y ética profesional, así como la calidad de los docentes, la empleabilidad y prestigio de los egresados y el impacto social de la Institución en la comunidad.

A continuación se explican los indicadores mencionados en el párrafo anterior, que se tomaron como variables para este estudio.

Con respecto a la calidad de los programas académicos es importante la revisión permanente de los planes y programas de estudios, en virtud del entorno tan cambiante que incide de forma importante en las instituciones de educación superior en el mundo y así poder evitar la obsolescencia de los conocimientos que se imparten en las aulas (Llamas Bañuelos, 2014). Arquero et al. (2009) mencionan que los planes de estudio deben posibilitar el acercamiento de la

formación universitaria a la realidad social y profesional y dar respuesta a las nuevas demandas del mercado de trabajo.

Mediante la vinculación, las organizaciones inducen acciones y se diseñan modelos que les dan ventajas competitivas (Valadez, 2012). La vinculación Empresa-Universidad se define como: “el medio que permite a la universidad interactuar con su entorno, coordinando eficaz y eficientemente sus funciones de docencia, investigación y extensión de la cultura y los servicios, a la vez que favorece su capacidad de relacionarse con los sectores productivo y social en acciones de beneficio mutuo, lo que favorece su posicionamiento estratégico” (Alcántar y Arcos, 2004). Valadez (2012) menciona que las empresas deben de estar fuertemente ligadas a las universidades, para obtener recursos humanos calificados con las competencias que requieren las organizaciones para generar innovaciones y solucionar problemas. Esto permite a la universidad desarrollar relaciones con empresas para enriquecer el aprendizaje del estudiante.

Para el desarrollo integral del estudiante el conocimiento deja de ser lento, estable y escaso, pasando a estar en continua y progresiva modificación (Tejada Fernández, 2002). Al mismo tiempo, se promueve la autonomía del alumno, el desarrollo de competencias y una formación integral con tres pilares de desarrollo: académica, personal y profesional (Castaño, Blanco & Asensio, 2012).

Los docentes son uno de los factores clave en las IES, ya que son los encargados de desarrollar los programas de estudio, y de llevar a cabo las evaluaciones. Lo que ellos piensen y hagan es crucial para la calidad de la educación superior (Newton 2000; Cruickshank 2003). Los docentes universitarios se convierten en un asunto social, ya que marcan el futuro de los egresados y por ende del país (Espinosa 2014) lo cual influye en el prestigio de la IES.

Respecto al prestigio de los egresados en la comunidad: La sociedad actual, caracterizada por un acelerado desarrollo tecnológico, un modelo social competitivo y un mayor acceso a la información, exige profesionales que posean las herramientas y las competencias necesarias para desenvolverse en el ámbito laboral según los modelos sociales existentes, cumpliendo de este modo “las demandas del mercado laboral-empresarial-profesional” (Tobón, 2002:19). Se puede decir que una mejor educación es sinónimo de una mejor sociedad (Retamal, Clavijo, Silva, & Vergara, 2011).

Sobre el impacto social de la IES en la comunidad: esta variable es uno de los grupos de interés clave de las Universidades; la comunidad percibe y crea una imagen de las IES en base a los servicios que esta ofrece a la sociedad y de la información que reciba de diversas fuentes como por ejemplo, los padres de familia, forman parte de este contexto social, y estos a su vez toman un papel muy importante en las decisiones de educación superior de sus hijos (aspirantes y futuros aspirantes). Esto es, retos en materia de formación de profesionales que posibiliten encarar con éxito el desarrollo de nuestras sociedades (Simón & Ruiz-Tagle, 2009). La educación universitaria adquiere gran importancia en la sociedad, por el impacto que tiene al desarrollar la capacidad de la fuerza laboral, el nivel de productividad nacional y la competitividad internacional (Botello & Bañuelos, 2013).

La Infraestructura: es otro de los indicadores que QS Stars (2014) evalúa en el *Ranking* de Universidades es la infraestructura, este punto es muy importante para las IES, ya que mediante estas, se puede proporcionar mejores espacios, instalaciones y equipos necesarios para poder lograr el desarrollo de las habilidades de los estudiantes.

Eventos deportivos, artísticos y culturales, ambientales y de sustentabilidad: Las universidades deben vincularse con la sociedad circundante y contribuir a su bienestar a través de las actividades de extensión universitaria (Emiliozzi, Vasen & Palumbo, 2011). Esta extensión hacia la sociedad, puede realizarse a través de diferentes eventos que organicen las Universidades. Con la realización de estos eventos y actividades se buscan las formas para que las universidades contribuya al desarrollo sustentable y a la inclusión social (Sutz, 2003; Jansen, 2008).

Dentro de la formación integral de los estudiantes, se busca beneficiar y contribuir hacia el bien de la sociedad, mediante la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente, el cual consiste en buscar el equilibrio con su entorno. Universitas Indonesia (UI) Green Metric World University Ranking (2010), mide el esfuerzo que realizan las Universidades por mantener la sustentabilidad en el medio ambiente. Somantri (2011) rector de la UI considera que las Universidades pueden ser un ejemplo en sus acciones para enfrentar los problemas del calentamiento global, mediante el establecimiento de políticas a favor del medio ambiente, promoviendo el buen uso de la energía, la reutilización, el reciclaje, entre otros.

Así mismo los eventos deportivos y sus atletas acercan a la Universidad hacia el contexto social y a su vez a sus futuros aspirantes (Shulman & Bowen, 2002; Frans, 2002). El ámbito deportivo desarrollado en las Universidades es considerado como una herramienta para fortalecer la percepción que tienen de la institución acerca de la calidad de la misma, la cual es medida a través de los rankings. El número de admisiones y la recaudación de fondos son importantes para determinar la imagen de una institución (Fisher, 2009).

Ética profesional: además del desarrollo cultural, artístico y deportivo que las Universidades promueven en sus estudiantes y en la sociedad, la ética es otro aspecto relevante, ya que facilita y

permite que los actos de una persona sean en beneficio propio y de la comunidad. La ética se define como un conjunto de normas, la cual viene a ser el manual de instrucciones, nace de una reflexión interior a la conciencia de cada uno, emerge en la conciencia como un intento de iluminar con la razón práctica las decisiones que el sujeto debe tomar (Echeverría-Falla, 2013).

Lo anterior nos ayuda a describir la ética profesional, la cual forma parte de los objetivos de las universidades: preparar a los futuros profesionales para que comprendan las complejidades éticas y morales que afectarán a su toma de decisiones en su práctica profesional, porque, como sabemos, la profesionalidad incluye, además de competencias (teóricas y técnicas), una integridad personal y una conducta profesional ética (García López, 2006). La realidad de muchos países de América Latina, marcada por las desigualdades, la pobreza y las carencias básicas, sugiere replantearse un giro en la enseñanza universitaria de la ética, para formar ciudadanos solidarios, que asuman una mayor responsabilidad social (Echeverría-Falla, 2013).

La misión de las universidades ha sido formar profesionales y especialistas en diversas áreas de conocimiento, pero también, la formación de una auténtica ciudadanía, responsable y comprometida éticamente con la realidad social que la rodea (Palomares Montero & Chisvert Tarazona, 2014).

De acuerdo a la información anterior respecto a las variables que influyen en el prestigio de una IES, se diseñó un instrumento para medir el nivel de prestigio de la Facultad de Contaduría Pública y Administración.

La pregunta de investigación se plantea como: ¿Cuál es la perspectiva de la comunidad respecto al prestigio de la IES ? y ¿ qué factores intervienen en ello?

El problema radica en que la opinión de la comunidad no es escuchada de manera formal respecto a los factores que influyen en el prestigio de la IES y no se cuenta con un instrumento de medición validado del cual se obtenga información fidedigna.

El objetivo de la investigación es diseñar un instrumento de medición que permita medir el nivel de prestigio y los factores que influyen en la comunidad para con la IE.

Metodología

La investigación es del tipo exploratorio, correlacional, no experimental, cualitativo, mediante una investigación de campo transaccional al año 2014 de los alumnos egresados en el periodo agosto a diciembre de la IES de mayor tamaño en el noroeste de México la UANL con casi 170,000 alumnos y se llevará a cabo en una de sus unidades, la Facultad de Contaduría Pública y Administración [FACPYA].

El objeto de estudio son la comunidad representada por los padres de familia con hijos recién graduados en el periodo Agosto diciembre 2014.

La población de la FACPYA es de 13,336 alumnos de los cuales en el periodo agosto – diciembre egresaron 1200 alumnos. Tamaño de la muestra es calculado mediante la muestra aleatoria simple de una población finita mediante la utilización de la siguiente ecuación.

Tamaño provisional de la muestra (Hernández Sampieri, 2006) donde:

Ecuación 1: Tamaño provisional de la muestra

$$n' = \frac{S^2}{V^2} = \frac{P(1 - P)}{SE^2}$$

N=tamaño de la Población

n'= tamaño de la muestra provisional

S² = Desviación estándar

V²=Varianza

SE=Error Estándar, asignada por el investigador, α=0.05

P= Probabilidad que el fenómeno suceda, 50%.

El tamaño de la población N es igual a donde el tamaño de la muestra será:

Ecuación 2: Tamaño de la muestra

$$n = \frac{n'}{1 + \left[\frac{n'}{N}\right]}$$

Calculando sería...

$$n' = \frac{S^2}{V^2} = \frac{0.5(1-0.5)}{0.05^2} = 100 \text{ con un error tipo I de alfa a 0.05}$$

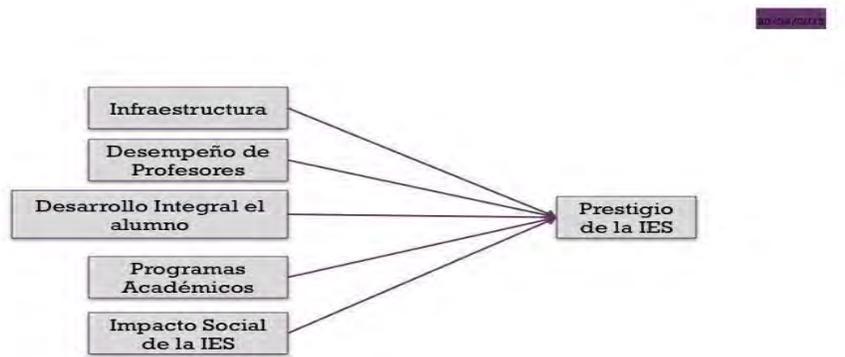
$$n = \frac{n'}{1 + \left[\frac{n'}{N}\right]} = \frac{100}{1 + \left[\frac{100}{600}\right]} = 85.71 \text{ aproximadamente } 86$$

El resultado de dicha operación en la ecuación 2 con probabilidad de 0.5 y un error estándar de 0.05 para una población de 600 da una muestra aleatoria requerida de 85.71 por tanto se redondea a 86 padres de familia como representantes de la comunidad.

Modelo causa efecto de los factores que impactan el prestigio de las IES

Dentro de la revisión del marco teórico, se identifican las variables independientes y dependientes donde la variable dependiente se define como el Prestigio de la IES (Institución de Educación Superior) y las variables independientes; Infraestructura de la institución, prestigio de los profesores, prestigio de los programas de estudio de la institución, desarrollo integral del alumno, e impacto social de IES sobre la comunidad.

Figura 1. Modelo causa efecto propuesto para la métrica del prestigio de la IES, Elaboración



propia.

El modelo causa efecto anterior muestra las variables independientes y dependiente del modelo propuesto, es necesario crear un instrumento que permita hacer posible la medición de las variables. Por lo que se diseñó el siguiente instrumento y se aplicó a una muestra preliminar de 53 padres de familia cumpliendo con el requisito del tamaño de una muestra pequeña de un tamaño mínimo de 30 observaciones.

Los rango de respuesta se utiliza una escala Likert de cinco opciones para todas las preguntas:

Bajo	Suficiente	Regular	Bueno	Excelente
1	2	3	4	5

Para la validación de confiabilidad y validez del instrumento se realiza una prueba de alfa de Cronbach primero a todo el instrumento y posteriormente a cada constructo, lo que permitirá validar si las preguntas son entendidas por los encuestados, se esperan valores entre 0.6 y 0.9 de Alfa de Cronbach dado que es un modelo exploratorio (Levy & Varela, 2003).

Tabla 2 . Alfa de Cronbach general

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.863	0.908	20

El resultado general es aceptable, significa que en conjunto las 15 preguntas del instrumento han sido entendidas por los sujetos de estudio los padres de familia con un Alfa de Cronbach de 0.9 siendo aceptable.

A continuación los valores y preguntas del instrumento completo:

Tabla 3 . Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de la IES, variable dependiente.

Escala: Validación de la Evaluación Desempeño General UANL FACPYA

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.793	0.793	3

Tabla 4 . Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de la IES, variable dependiente.

	Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
2. En general, ¿Cómo evalúa a FACPYA en su cumplimiento de la misión de formar profesionales?	8.453	1.099	0.628	0.463	0.725
3. En General, ¿Cómo califica el prestigio actual de la Universidad Autónoma de Nuevo León?	8.292	1.187	0.548	0.328	0.808
4. En general, ¿Cómo considera el nivel de calidad académica de la Facultad de Contaduría Pública y Administración (FACPYA) de la UANL?	8.368	1.021	0.736	0.552	0.606

Se puede mostrar en la tabla 4 que el constructo de la variable dependiente Prestigio de la IES tiene un valor del Alfa de Cronbach de 0.79, lo cual es aceptable y sus encuestados entienden las interrogantes. También se validan de forma lógica dado que son variables que existen y pueden ser observadas o percibidas por los involucrados en su entorno.

Tabla 5 . Alfa de Cronbach por constructo, Infraestructura de la IES.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.607	0.64	2

Tabla 6 . Alfa de Cronbach por constructo, Infraestructura de la IES.

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation
5. En general, ¿Qué tan fácil pueden ingresar los jóvenes de Nuevo León a la Facultad de Contaduría y Administración de la UANL?	4	1.154	0.47	0.221
6. ¿Qué tan importante considera que FACPYA tenga mayor cantidad de salones de <u>clase</u> ?	<u>3.47</u>	<u>0.523</u>	<u>0.47</u>	<u>0.221</u>

En la tabla 5 aún teniendo un Alfa de Cronbach de 0.6 que es aceptable, el SPSS muestra en él la indicación que se viola los supuestos del modelo de validez por lo que se procedió a realizar el análisis de la codificación de respuestas sin encontrar errores aparentes, sin embargo es un error que el SPSS envía para validar la información, la cual es correcta por lo que se acepta el resultado.

Tabla 7. Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de los profesores de la IES.

Escala: Validación de la Evaluación del Prestigio de los Profesores de FACPYA		
<i>Reliability Statistics</i>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.863	0.872	3

Tabla 8. Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de los profesores de la IES.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
9. ¿Cómo califica Ud. la impartición académica de los profesores a través del desarrollo logrado por su hijo(a)?	7.75	3.073	0.653	0.429	0.907
9'. ¿De los comentarios que le hizo su hijo(a) con respecto a la asistencia a clase de los profesores de la Facultad, ¿Cómo los calificaría?	7.53	3.408	0.81	0.719	0.755
9''. ¿Cómo califica el prestigio de los profesores que imparten clases en FACPYA?	7.58	3.247	0.784	0.704	0.767

Para el constructor del prestigio de los profesores de la IES se valida con un valor de Alfa de Cronbach de 0.87 por lo que los encuestados han entendido las preguntas correctamente.

Tabla 9. Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de los programas académico de la IES.

Scale: Validación de la Evaluación del Prestigio de los Programas de FACPYA		
<i>Reliability Statistics</i>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.705	0.703	4

Tabla 10. Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de los programas académico de la IES.

	Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
10. Según su percepción ¿Cómo considera el nivel del prestigio académico de los egresados en cada carrera? LA	6.04	24.691	0.297	0.198	0.748
10'. Según su percepción ¿Cómo considera el nivel del prestigio académico de los egresados en cada carrera? CP	6.06	23.478	0.314	0.198	0.747
10". Según su percepción ¿Cómo considera el nivel del prestigio académico de los egresados en cada carrera? LNI	7.25	17.381	0.77	0.656	0.455
10"". Según su percepción ¿Cómo considera el nivel del prestigio académico de los egresados en cada carrera? LTI	7.09	18.395	0.641	0.582	0.54

La calidad de los programas de la IES se valida con un Alfa de Cronbach de 0.70 siendo un valor aceptable para la investigación.

Tabla 11. Alfa de Cronbach por constructo, Desarrollo integral del exalumno de la IES.

Escala: Validación de la Evaluación de El desarrollo Integral del Alumno de FACPYA

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.785	0.788	2

Tabla 12. Alfa de Cronbach por constructo, Desarrollo integral del exalumno de la IES.

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation
10'. ¿La educación proporcionada por FACPYA a su hijo, cumplió con las expectativas desarrollo personal y profesional que Ud. quería?	3.79	1.129	0.65	0.422
8. En general, ¿Considera que FACPYA cumple las expectativas del desarrollo integral de sus alumnos?	4.11	0.91	0.65	0.422

En el constructo anterior del desarrollo integral del alumno tiene como resultado un alfa de Cronbach de 0.788 siendo aceptable y sin errores en la codificación.

Tabla 13. Alfa de Cronbach por constructo, impacto social de la IES en la comunidad.

**Escala: Validación de la Evaluación del
 Impacto Social de FACPYA en la
 Comunidad**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.916	0.916	5

Tabla 14. Alfa de Cronbach por constructo, impacto social de la IES en la comunidad parte 2.

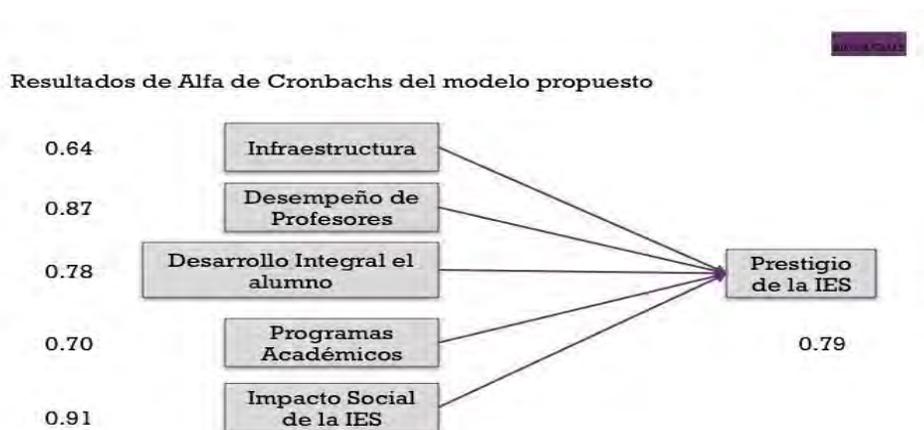
	Item-Total Statistics				Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	
13. ¿Cuál es el nivel de impacto social de la Escuela de Negocios de la UANL en la comunidad?	14.6	16.513	0.669	0.643	0.919
14. ¿Cuál es el nivel de impacto social a la comunidad de la Escuela de Negocios de la UANL a través de sus eventos deportivos (clases, cursos, etc.)?	14.72	14.091	0.862	0.859	0.881
15. ¿Cuál es el nivel de impacto social a la comunidad de la Escuela de Negocios de la UANL a través de sus eventos artísticos y culturales (conciertos, exposiciones, etc.)?	14.81	12.925	0.892	0.835	0.874
16. ¿Cuál es el nivel de impacto social a la comunidad de la Escuela de Negocios de la UANL a través de sus eventos ambientales y de sustentabilidad? (Reciclaje de basura, Plata de árboles, etc.)	14.81	12.848	0.858	0.871	0.883
17. ¿Cuál es el nivel de impacto social a la comunidad de la Escuela de Negocios de la UANL a través del fomento de la Ética Profesional en los estudiantes?	14.42	16.247	0.675	0.63	0.918

En el constructo anterior del impacto social de la IES en la comunidad el valor de alfa de Cronbach es de 0.91; se considera aceptable y cumple con el supuesto del modelo de validez.

La validación del instrumento ha sido realizado mediante el uso del Alfa de Cronbach, todos los valores van de 0.6 a 0.91 siendo valores válidos para la aplicación de la encuesta a una mayor muestra a futuro.

Conclusiones:

El modelo propuesto para la evaluación del prestigio de la IES se presenta a continuación con los valores del Alfa de Cronbach obtenidos:



Los valores van de un mínimo de 0.64 a 0.91, siendo aceptables para una investigación del tipo exploratorio según Levy & Varela (2003), dado que no se utiliza otro instrumento de manera confirmatoria. La validez del instrumento es apoyada mediante los resultados obtenidos del Alfa de Cronbach.

La oportunidad de mejora es aplicar a una mayor cantidad de exalumnos para cumplir la representatividad del estudio con respecto a su población de la IES, así como también la oportunidad de aplicarlo en otras IES para realizar un análisis comparativo y un ranking del prestigio de las IES, así como su impacto en la comunidad, lo cual apoya a las diferentes

acreditaciones internacionales donde se solicita medir la relación con los *stakeholders* o grupos de interés.

Referencias:

- Alcántar, V. M. y Arcos, J. L. (2004). La vinculación como instrumento de imagen y posicionamiento de las instituciones de educación superior. . En Revista Electrónica de Investigación Educativa, 6 (1). Consultado el día 14 de julio de 2010 en: <http://redie.uabc.mx/vol6no1/contenidoenriquez.html>
- Arquero, J.L.; Donoso, J.A.; Jiménez, S.M.; González, J.M. (2009). Análisis exploratorio del perfil demandado para administración y dirección de empresas: implicaciones para el área contable. Revista de Contabilidad- Spanish Accounting Review, 12(2): 181-214.
- Botello, J. C., & Bañuelos, G. L. (2013). Opinión de empleadores. (Spanish). Global Conference On Business & Finance Proceedings, 8(1), 1421-1426.
- Castaño, E., Blanco, A., & Asensio, E. (2012). Competencias para la tutoría: experiencia de formación con profesores universitarios. REDU. Revista de Docencia Universitaria, Número monográfico dedicado a Competencias docentes en la Educación Superior, 10(2), 193-210.
- Coughlan, S. (2008). BBC News. Recuperado el 01 de Abril de 2015, de http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/education/7570127.stm
- Cruickshank, M. (2003). Total quality management in the higher education sector: A literature review from an international and Australian perspective. TQM & Business Excellence 14, no. 10: 1159–67.
- Delgado Márquez, B., Escudero Torres, M., & Hurtado Torres, N. (2013). Being highly internationalised strengthens your reputation: an empirical investigation of top higher education institutions. Higher Education , 66 (5), 619-633.
- Dirección General de Evaluación Institucional. (2014). Recuperado el 01 de Abril de 2015, de http://dgei.unam.mx/metodologia_rankings_2014.pdf
- Dirección General de Evaluación Institucional. (2011). Los Rankings Internacionales de Universidades, su impacto, metodología y evolución. Cuadernos de trabajo , 9.
- Echeverría-Falla, C. (2013). Educación ética: ¿Normas o Virtudes? ¿Qué giro debe tomar la enseñanza de la ética en la formación de universitario solidarios?. (Spanish). Persona Y Bioética, 17(2), 151-167.
- Emiliozzi, S., Vasen, F., & Palumbo, M. M. (2011). Desafíos para la vinculación entre la universidad pública y demandas de actores sociales y gubernamentales. (Spanish). Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano De Sociología, 20(2), 329-341.
- Espinosa Martín, M. T. (2014). Necesidades formativas del docente universitario. (Spanish). Revista De Docencia Universitaria, 12(4), 161-177.
- Fisher, B. (2009). Athletics success and institutional rankings. New Directions For Higher Education, (148), 45-53. doi:10.1002/he.367
- Frans, K. A. (2002). Ways in Which Intercollegiate Athletics Contribute to University Success. Master's thesis, North Carolina State University.
- García López, R. (2006). El profesorado universitario ante la ética profesional docente.

- (Spanish). *Revista Española De Pedagogía*, (235), 545-566.
- Gómez, Tomás & Puente, Xavier. (2015). Nuevo ranking multidimensional europeo: U-Multirank. Obtenido de <http://asus.usal.es/tomas-gomez-y-xavier-puente/19106-alias>
- Hatch, M., & Schultz, M. (1997). University Rankings and Social Science. *European Journal of Education*, 45-59.
- Hazelkorn, E. (2008). Learning to live with league tables and ranking: the experience of institutional leaders. 21, 193-215.
- Hazelkorn, E. (2011). *Rankings and the Reshaping of Higher Education: the battle for world-class excellence* (Houndmills, Palgrave Macmillan).
- Heding, T., Knudtzen, C., & Bjerre, M. (2009). *Brand management: Research, theory and practice*. London and New York Routledge .
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. . (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Jansen, L. (2008). “La contribución de la educación superior al desarrollo sustentable” en AA.VV. *La educación superior en el mundo 2008: Nuevos retos y roles emergentes*. Barcelona, Mundiprensa, 83-88, disponible en <http://hdl.handle.net/2099/7924>.
- Llamas Bañuelos, G. (2014). Pertinencia y calidad en programas de estudio superiores. (Spanish). *Global Conference On Business & Finance Proceedings*, 9(2), 1522-1529.
- Lévy Mangin, J.-P., & Varela Mallou, J. (2003). *Análisis Multivariable para Ciencias Sociales* (Primera ed.). Madrid, España: Pearson, Prentice Hall.
- Marginson, S. (2014). *University Rankings and Social Science*. *European Journal of Education*, 49 (1), 45-59.
- Morrish, S., & Lee, C. (2011). Country of origin as a source of sustainable competitive advantage: The case for international higher education institutions in New Zealand. *Journal of Strategic Marketing*, 19 (6), 517-529.
- Newton, J. (2000). Feeding the beast or improving quality?: Academics’ perceptions of quality assurance and quality monitoring. *Quality in Higher Education* 6, no. 2: 153–63.
- Olvera, R. (2008). *Revista Mexicana de Orientación Educativa*. Nov.2008, Vol. 6 Issue 16, p.50-58. 9 p. 1 Black and White Photograph, 2 Charts.
- Palomares Montero, D., & Chisvert Tarazona, M. J. (2014). Ética y empresa en el espacio universitario: el emprendimiento social en las universidades públicas como vehículo facilitador de la equidad social. (Spanish). *Revista De Docencia Universitaria*, 12(2), 205-230.
- QS Latin America. (2015). *QS University Rankings: Latin America - Methodology*. Obtenido de <http://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/latin-american-university-rankings/qs-university-rankings-latin-america-methodology>
- Quacquarelli Symonds (2015). *Corporativo QS University Rankings Latin America 2014* Quacquarelli Symonds.. Obtenido de: [http://www.topuniversities.com/university-rankings/latin-american-university-rankings/2014?utm_source=tu_house_banners&utm_medium=web_banner#sorting=rank+region="+country="+faculty="+stars=false+search="](http://www.topuniversities.com/university-rankings/latin-american-university-rankings/2014?utm_source=tu_house_banners&utm_medium=web_banner#sorting=rank+region=)
- QS Stars. (2015). *QS Stars: Methodology*. Recuperado de <http://www.topuniversities.com/qs-stars/qs-stars-methodology>
- QS stars (2014), *Facilities*. Consultado <http://www.topuniversities.com/qs-stars/qs-stars-methodology?page=1>

- QS World Rankings. (2015). QS World University Rankings: Methodology. Obtenido de <http://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/world-university-rankings/qs-world-university-rankings-methodology>
- QS. (2015) Corporativo QS University Rankings World University rankings 2014. Obtenido de: [http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2014#sorting=rank+region="+country="+faculty="+stars=false+search=](http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2014#sorting=rank+region=)
- Restrepo, B. (2006). Tendencias actuales en la educación superior: rumbos del mundo y rumbos del país. *Revista Educación y pedagogía*. XVIII(46). 79-90. Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/revistaey/article/viewFile/6886/6303>
- Retamal, F. C., Clavijo, Z. N., Silva, R. C., & Vergara, V. Á. (2011). Formación inicial en educación física: Percepciones post Universidad. (Spanish). *Ucmaule - Revista Académica De La Universidad Católica Del Maule*, (40), 31-48.
- Rindova, V., Williamson, I., Petkova, A., & Sever, J. (2005). Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation. *Academy of Management Journal*, 48 (6), 1033-1049.
- Rodríguez, A., Gómez, V ;Ariza,D ,Marco. (2014). *Investigación y Desarrollo*. ene-jun 2014, Vol. 22 Issue 1, p 79-119. 41p
- SCIMago. (2015). Institutions Rankings. Obtenido de <http://www.scimagoir.com/methodology.php>
- Shulman, J. L., and Bowen, W. G. (2002). *The Game of Life: College Sports and Educational Values*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Simón, R. S., & Ruiz-Tagle, A. A. (2009). Un modelo para la gestión de una escuela universitaria orientada a la formación basada en competencias. (Spanish). *Cuadernos De Administración* (01203592), 22(39), 287-305.
- Steiner, L., Sundström, A., & Sammalisto, K. (2013). An analytical model for university identity and reputation strategy work. *Higher Education*, 65 (4), 401-415.
- Sutz, J. (2003). "Inequality and University Research Agendas in Latin America" en *Science, Technology and Human Values*, 28(1), 52-68.
- Tejada Fernández, J. (2002). El docente universitario ante los nuevos escenarios: Implicaciones para la innovación docente. *Acción pedagógica*, 11 (2), pp. 30-42.
- Tobón, S. (2002). Las competencias en el sistema educativo: De la simplicidad a la complejidad. Ponencia: Congreso colombiano de formación basada en competencias, pp. 1-22. Medellín: Ministerio de Educación Nacional y Asenof.
- Valadez, G. V. (2012). Impacto de la comunicación organizacional, en la competitividad y la vinculación de las empresas mexicanas con la universidad. (Spanish). *Recherches En Sciences De Gestion*, (90), 89-119.
- Williams, R., & Van Dyke, N. (2008). Reputation and reality: Ranking major disciplines in Australian universities. *Higher Education*, 56 (1), 1-28.
- Zlotkowski, E. (2007). The case for service learning. En L. Mcilrath, & I. Labhrainn, *Higher education and civic engagement: International perspectives* (págs. 37-52). Hampshire: Ashgate Publishing Limited.



LOGISTIC PROBLEM

Ana Elizabeth Limones Nava

Estudiante de la Facultad de Contaduría Pública y Administración, International Business

Prolongación Francisco I. Madero #1022, Col. Los Nogales. CP: 66430, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México.

Correo: anny.elizabeth@live.com.mx

Nacionalidad: Mexicana

Adriana Lizbeth Rodríguez Cisneros

Estudiante de la Facultad de Contaduría Pública y Administración, International Business

Jesús Guerrero Galván #158, Col. Roble 3sec. CP: 66414, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México.

Correo: nana.20_11@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Thamara Anahí Rocha Vázquez

Estudiante de la Facultad de Contaduría Pública y Administración, International Business

A.Dumas #943, Col. Santa Cecilia. CP: 66663, Apodaca, Nuevo León, México.

Correo: thamara_anahi@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 27/Mayo/2015

Logistic Problem

Abstract

The purpose of this research is to learn more about logistic problems and how it can be solved, and to discuss about the different document reviews that can be applied. This is a complete documentary investigation which was based by a company interview. The company is dedicated to the transport of goods both import and export, it spent more money and time, because 8 suppliers was sending 3 trucks for each one to transported their products to a warehouse, the solution was that only a truck transported all products. This study case provides a comprehensive review of literature and it is primarily documentary and therefore does not any other kind of data, except document reviews.

Keywords – logistic, operational management, strategies.

Introduction

The overall management of the way resources is obtained, stored and moved to the locations where they are required. Logistics management entails identifying potential suppliers and distributors; evaluating how accessible and effective they are and establishing relationships and signing contracts with the companies who offer the best combination of price and service. A company might also choose to handle its own logistics if it is cost-effective to do so.

The company will be called transportes RON. It is dedicated to a high quality level of freight transportation service. Providing safety, capacity, attention and service that their customer requires, under an environment of unity and companionship, procuring along with this, the growth and continuous improvement of the company for the benefit of its customers, suppliers, employees, community and shareholders.

Talking about operation they have 130 units Freightliner, international and ken worth tractors, models 2005 to 2013. These equipment's have state of the art transportation technology, with rolling stability systems, ABS and air ride suspension, they have 250 Trailers with air ride suspension.

Their operators are trained in safety measures in general for a safe operation of their vehicle, for the safety of their customers, highways, the company and their own. Through the Department of Operations, the operators are constantly reminded about the importance of security. They receive monthly literature and an annual training course

They have trailer interchange agreements with various carriers in the United States and Canada. Some of these include: CFI, Werner, Carter Express, Averitt Express, PAM, TSI, Panamex, GTS, DHT, Express Carriers, U.S. Express, Continental, Schneider, USA Logistics, NDL, Landstar, among others.

All their units are equipped with the Satellite Positioning System (GPS). This allows drivers to be communicated at any time with their offices. By the same token, their offices are in communication with their drivers at any time, as well as know their exact location at any moment.

By having an efficient supply chain and proper logistical procedures, a company can cut costs and increase efficiency. When shippers, vendors, and customers can seamlessly pinpoint the location of any shipment at any point of a supply chain, all parties are sent into a nirvana-like state of visibility, knowing that they can keep tabs on everything from the raw materials to the final product.

The list of steps that logistics professionals—who are equipped with the technology and the drive—can follow on the path to optimal visibility are:

Step 1: Assess your logistics strategy

The introduction of a new process always starts with an introspective look. Supply chain visibility is no different. “You really need to take a step back and remove the hinges off of your logistics strategy before getting into any visibility implementation,” says Shanton Wilcox, principal for Cap Gemini Consulting’s supply chain management practice. The firm that relies on 3PLs and

is looking to improve its warehouse visibility, for example, should consider whether to enhance its operations internally, or turn to the outside providers that already possess the platforms necessary to achieve better levels of visibility. “By focusing on which visibility platform makes the most sense for your individual firm and factoring in your existing logistics strategy,” says Wilcox, “you’ll be able to make the most sound decisions regarding your visibility initiative.” McCrea (2011).

Step 2: Determine ownership

The concept of visibility looks good on paper, but if no one takes ownership of the initiative it will fail. You can avoid this trap by determining ownership early in the game and by setting up processes, alerts, and functions to ensure that the visibility is used to benefit your entire organization. Decide who the decision makers will be when an alert goes off for a specific trade lane or carrier, or when a shipment turns up missing. In some cases the logistics manager may be the most valid choice, but in others the customer service department could be the right candidate. “You really have to figure out who owns the process and how things will be handled once the technology tells you that there’s a problem,” says Wilcox. “Only then can you get the most value out of your visibility initiatives.” McCrea (2011).

Step 3: Integrate with trading partners

Supply chain visibility proves its worth when shippers automate specific actions and then use the resultant information—which comes in the form of alerts, notices, and other messages—to make educated decisions based on the data received. Shippers that take the time to integrate their technology with that of their trading partners—who may be using EDI or even manual systems of emails and faxes—will gain the most benefit from their visibility programs. “Gaining visibility is all about getting timely, complete information from a variety of trading partners who may or may not be up to speed with technology themselves,” says Adrian Gonzalez, director at Logistics Viewpoints. McCrea (2011).

Step 4: Rethink that lean inventory strategy

In response to challenging economic times, many companies have stripped back their inventory levels to avoid getting stuck with too many goods. Unfortunately, this strategy doesn’t lend itself to optimized visibility, and it can even open the shipper up to further problems once business partners can “see” that inventory levels are low. “Companies have leaned out their inventories too much,” observes Jerry O’Dwyer, principal at Deloitte Consulting , “and they now

really need to do a better job of inventory planning.” To get started on that path, O’Dwyer advises logistics managers to talk to their finance departments to “figure out how to get a bit of extra inventory into the system, rather than focusing on the fear of getting caught with too much product that doesn’t move.” McCrea (2011).

Step 5: Open lines of communications with customers

Your customers can play an important role in helping your organization achieve better supply chain visibility—that is if you let them get involved. In fact, such initiatives can serve as market differentiators in today’s competitive business environment where customers want everything delivered yesterday and at the lowest possible costs. “Talk to your customers about your visibility initiatives and the role that they can play in those efforts,” Wilcox advises. Make those customers a part of the community by sharing bills of lading, tracking, and alert mechanisms with them. McCrea (2011).

Step 6: Go beyond just taking orders

Shippers striving for improved supply chain visibility have the opportunity to go beyond just taking orders and often transcend into more advisory roles for both their vendors and customers. There’s true value in knowing what day a shipment was received, when it arrived in the warehouse, when it was shipped back out, and exactly what time it will get to its destination. And knowing a year’s worth of shipping data for a specific client—and being able to pull up that data at a moment’s notice—puts the shipper in an even more positive light. “Companies that achieve a high level of visibility across their operations put themselves in a great position to provide additional recommendations and advisory services to their customers,” says O’Dwyer. McCrea (2011).

Step 7: Think globally

There was time in the not-too-distant past when international orders languished for months at sea, on docks, or in trucks. During transit, those shipments were difficult to track, at best. By combining technology with visibility strategies, shippers can get granular details about those overseas activities. By linking into freight forwarders, ocean carriers, 3PLs, and other providers’ networks, shippers can monitor ETAs (using “transit messages” and alerts) on a minute-by-minute basis and make decisions based on that information. “If a ship’s drive shaft breaks and delays the shipment by three days,” says Dwight Klappich, research vice president for Gartner, Inc., “you’ll know immediately and be able to adjust accordingly.” McCrea (2011).

Step 8: Use the information wisely

In some cases, “adjusting accordingly” could simply mean letting the customer know that delivery will be behind schedule by three days. It could also mean pulling inventory from another DC to cover the late order—knowing that the new shipment will be arriving within 72 hours. “Just because something is late doesn’t necessarily mean there is a problem,” says Klappich, who expects visibility solutions to be tied more closely with event management programs in the near future. “We’re not quite there yet, but as the two are tied more closely together shippers will be even better equipped to diagnose and resolve problems.” McCrea (2011).

On the other hand, a company with poor logistics will fail to meet customers' expectations and see its business suffer. And this happened with the company Transportes RON, they have a problem with logistics which was causing that the company lost money and time.

Problem

The main operational problems of the company are varied, the consolidation of routes as well as human resources are the main ones.

As a transport company daily operation issues are different, one of the most important problems that the company had, was an automotive company in Silao-Guanajuato, that had 8

truck 20 ft			
	Mexico	Toluca	Puebla
Monthly trips made	2	3	3
Kilometers	403.3	332.1	466.1
Cost	131637.12	162 596.16	228202.56

suppliers in the metropolitan area of Mexico City, each supplier was sending different types and sizes of trucks to transport their product, this caused many losses of money and time.

Figure 1 Company expenses including monthly trips made and kilometers tours (truck 20ft). Adapted from the company’s data.

$$2\text{Mexico Silao } 403.3 \text{ km} * 8.5 = 3428.05(\text{c/u})$$

$$3\text{Toluca Silao } 332.1 \text{ km} * 8.5 = 2822.85 (\text{c/u})$$

$$3\text{Puebla Silao } 466.1 \text{ km} * 8.5 = 3961.85(\text{c/u})$$

Truck \$6000 plus IVA minus ret. 4% = * 1.12, \$6720(350km)

truck		20ft
internal dimensions	long	5,898m
	width	2,352m
	high	2,385m
dimensions of the opening door	width	2,343m
	high	2,280m
volume		33,1m3

Figure 2 Measures of a truck of 20ft.
 Adapted from the company's data.

When the company realized that it was spending a lot of money and that a 20ft truck transporting few merchandise, it began to take drastic measures to reduce costs and time that these generated.

Hypothesis

The company made two hypotheses to treat to solve the problem

1. Deliveries to direct in Original their cross dock to warehouse that is the company rent in Mexico and consolidate the various products in trailers of 53 feet , by doing this they will reduce customer costs by using cross dock and the consolidation of the company start to operate having better margins with only logistic freight operation.

2. Implement forward logistics, which is about getting your product to market and uses automated information systems to track items. Forward logistics ranges from product development to manufacturing to distribution to end-market. This will reduce their lead-times and also increase their service levels by responding faster to customer enquiries and optimize their products to local customer demands.

Theory

Time and motion study

We must take a decision in the way the theoretical framework is taking importance so we base on Harper &Mousa (2013) Time and motion study is a Method for establishing employee productivity standards in which a complex task is broken into small, simple steps, the sequence of movements taken by the employee in performing those steps is carefully observed to detect and eliminate redundant or wasteful motion, and precise time taken for each correct movement is measured. From these measurements production and delivery times and prices can be computed and incentive schemes can be devised.

Harper &Mousa (2013) Time study began in the 1880s as a means of wage-rate setting by Frederick W. Taylor, who is regarded as the “father of scientific management.” It consists of a wide variety of procedures for determining the amount of time required, under certain standard conditions of measurement, for tasks involving some human activity.

Harper &Mousa (2013) Motion study was developed by Frank B. Gilbreth and Lillian M. Gilbreth and consists of a wide variety of procedures for the description, systematic analysis, and means of improving work methods. It is difficult to separate these two aspects completely. Frank and Lillian Gilbreth used motion picture to study worker motions – developed 17 motions called “therbligs” that describe all possible work.

Harper &Mousa (2013) Frank and Lillian also broadened scientific management by including the human element, therefore using psychology to gain the cooperation of employees.

Harper &Mousa (2013) Motion and time analysis could be used to help find a preferential way of doing the work and could assist in effectively managing or controlling the activity. This approach has been successfully applied to factories, hospitals, department stores, housework, banks, cafeteria work, libraries, music, and too many other human activities.

University of Washington. (n.d.). Learning Curve: Usually define learning as a percentage reduction in the time it takes to make a unit. The definition says a doubling of the total number of units made produce a constant decrease in the time per unit An 80% learning curve implies a 20% decrease in unit time with each doubling of the number produced (90% implies 10% decrease, 100% implies no improvement). Learning Curve Applies for Mass Production – Assembly line, G.T. Cell – Repetitive work and other places where representation works performed.

Unit	Unit Time (hours)
------	-------------------

1	10
2	$(.8)(10) = 8$
4	$(.8)(8) = 6.4$
8	$(.8)(6.4) = 5.12$
16	$(.8)(5.12) = 4.096$

Note: For an 80% learning Curve. Adapted from <http://courses.washington.edu/ie337/Motion%20and%20Time%20Study.pdf>. Copyright 2015 by University of Washington.

Harper & Mousa (2013) However, the goal of a time and motion study is not simply efficiency. These studies are done to create a baseline that can be used in the future when evaluating procedural, equipment, or personnel changes. The goal can be to understand the skills required to enable individuals to perform the work and, thus, to provide the correct training.

And other term related to Taylors study is the Taylorism that was the most influential management theory of the 20th century. Taylorism has largely vanished in the contemporary workplace, superseded by new techniques of flexible specialization and lean production. Taylorism aims to achieve maximum job fragmentation to minimize skill requirements and job learning time, separates execution of work from work-planning, separates direct labor from indirect labor replaces rule of thumb productivity estimates with precise measurements, introduces time and motion study for optimum job performance, cost accounting, tool and work station design, and makes possible payment-by-result method of wage determination. Wayne Ross (n.d)

Economic Theory of Production and Production Cost

The production theory show how firms transform inputs into desirable outputs and help us understand why productivity and living standards have risen over time and how firms manage their internal activities. Samuelson & Nordhaus (2010).

All companies, not matter whether devote to providing products or services need to know how many inputs are needed to produce the outputs. The companies have to satisfy the demand of the clients, but they have to do an efficient production at the lowest prices. Always the firms attempt to produce the maximum level of output avoiding loses.

Samuelson & Nordhaus (2010) the production function is the relationship between the maximum amount of output that can be produced and the inputs required to make that output. It specifies the maximum output that can be produced with a given quantity of inputs. It is defined for a given state of technical knowledge.

Starting with a firm's production function, we can calculate three important production concepts. The first one is total product which designates the total amount of output produced, in physical units by using a set of inputs. The second one is the marginal product of an input is the extra output produced when 1 additionally unit of that input is added while other inputs are held constant. And the third one is average output which is equals total output divided by total units of input. Samuelson & Nordhaus (2010).

Samuelson & Nordhaus (2010). Production requires not only labor and land, but also time. There are two different time periods are used to develop theories of production and production costs. The first one is the short run that is the period in which firms can adjust production by changing variable factors such as materials and labor but cannot change fixed factors such as capital. The second one is the long run which is the period sufficiently long that all including capital can be adjusted.

Another important topic is the production cost. The prices are important in the production and supply decision making, because each money expense reduces the profit of the company. Coming up next we'll see the concepts of economic analysis of cost

Total cost represents the lowest total money expense needed to produce each level of output, total cost rises as the quantity rises. *Fixed cost* represents the total money expense that is paid out even when no output is produced; it is unaffected by any variation in the quantity of output. *Variable Cost* represents expenses that vary with the level of output and includes all costs that are not fixed. *Marginal Cost* denotes the extra or additional cost of producing one extra unit of output. *Average or Unit Cost* is the total cost divided by the total number of units produced. *Average fixed cost* is total fixed cost divided by number of units produced. *Average variable cost* is total variable cost divided by number of units produced. Samuelson & Nordhaus (2010).

Each company has to decide the amount of input that it requires (labor, capital, land, energy, various materials and services). The companies have to choose what inputs required are and find the manner to reduce the total cost of production.

Effective Problem Solving Steps for Business

1. Identify the Problem: The first area of focus in your problem solving steps is recognition of the problem. This might sound like common sense; however, this is a very important step. Try to describe the problem as objectively as possible, as opposed to focusing on the potential consequences or implications of the problem. This can give you a better sense of the issue you are specifically dealing with at the moment. Robinson (2014).

2. Define and Analyze the Problem: In this second of six problem solving steps, you will want to figure out what caused the problem, what the problem looks like at this moment, and the urgency of addressing the problem. Find out the root cause of the problem. In this step, you want to also learn as much as you can about the problem. Be flexible in your approach. Do research on the problem. Look at the problem from a different perspective. Evaluate all of the different ways in which the problem could impact you. Robinson (2014).

3. Generate Potential Solutions: Here you want to brainstorm and come up with as many solutions as you possibly can for the problem as you come to the third phase of problem solving steps. Be creative and don't concern yourself at this point with how feasible the solutions which can fix the problem. You want a number of different options to choose from. This process of generating solutions can also help you look at the problem from multiple perspectives. Keep in mind that it may be impossible to address all areas of a problem. When this is the case, break the problem down and try to generate solutions by writing them down or speaking in a group. Robinson (2014).

4. Find solutions for parts of the problem (as opposed to the problem as a whole). It may be necessary to seek out help in your problem solving steps by polling trusted colleagues or friends. A cross-functional problem solving group can help. Different ideas, from different points of view, put on a white board helps. Anything goes; any solution is acceptable, no matter how outlandish. No comment is withheld. Freewheeling and objectivity are the keys here. Furthermore, this activity lends itself towards creating trust, leading to true collaboration. After all, collaboration is one of the tenets of innovation. Robinson (2014).

5. Decision-Making: In this fifth of our problem solving steps, you want to evaluate the solutions you came up with in step 3. Weigh the short- and long-term pros and cons of each solution. In addition, in this step, you want to start to evaluate how feasible each solution is. That is, how easily can you implement the solution to the problem? Mark each one on a scale of feasibility,

so you can sort them how you wish later in some way when you transcribe what you are creating on a white board. Robinson (2014).

6. Implement a Solution and evaluate its Success: In this final of our problem solving steps, you want to choose a solution and implement it. Take action. In choosing a solution, you want to weigh the pros and cons of each potential solution, and it is generally a good idea to start out with a solution that is associated with low risk and that is compatible with your priorities and future goals. Once you have implemented a solution, evaluate how it was and was not successful. If the solution did not completely address the problem, you can then move back through some of the different stages to address other areas of the problem. Robinson (2014)

Methodology

This research is a documentary, non-experimental, personal interviews, and not empirical investigation of a case study through a company interview and document reviews. This type of research can be used to build on as reduce costs when a company has logistics problems. It covers a complete investigation about a logistic problem and the solution of that problem using general information of a transportation company, strategies used, methods, analysis, reducing cost and time, among others. The authors analyze and structure the relevant data through different ways. To develop this investigation, the authors had to follow some steps. The first one step was going to a company for an interview and to ask about a problem that they had and the solution. After to know this information the authors began to search related information, theories, documentary information and investigate more about that company and finally, they started to structure this case study.

The logistic problem occurred on summer 2014, the company realize that spend many money and time, so it began to search what the problem is, one time that the problem was found, the logistic operations manager searched a solution, with the collaboration of the logistic department, the suppliers and the transport drivers, together analyze the problem and then they made the costs and mapping operation procedures. The decision was successful and it was implemented definitely.

The goal is that this information can serve others to solve this kind of problem, because it is a real problem that occurred and could be solved in a large company, this might work for many companies or individuals who want to know a little more about such problems. The results are very

good; we can realize that the company is saving a lot of money because it solved the problem correctly.

Results

The company did was to direct these deliveries to its cross dock that is a warehouse that RON rents in Mexico and consolidate the various product in trailers of 53 feet. The results of using the first hypothesis was so successful that they currently developing, by doing this we reduced customer costs by using cross dock and consolidation RON start to operate as a logistic having better margins only freight operation.

The company is currently developing a similar project between Monterrey and Silao. It managed to save the 50 percent of what they did before.

No there was no other solution that would mean this much of cost reduction. By doing a new operation the economic risk was that is this operation fails the chain supply would have stop to our client and that would mean millions in cost by stopping the manufacturing, we were very careful with this operation and now it represents many financial benefits to the client.

Figure 3 Company expenses including monthly trips made and kilometers tours (truck20ft) after apply the hypothesis. Adapted from the company’s data.

Final Cost:

Mexico- Silao → 79825.1998

Toluca- Silao → 119499.12

Puebla-Silao → 168703.93

Truck		53ft		
internal dimensions	long	12,032m		
	width	2,352m		
	high	2,690m		
dimensions of the opening	width	2,343m	k 20 ft	
	high	2,560m		
door			Toluca	Puebla
volume		76,1m3	1	1
			352.1	486.1
			43097.04	59498.63
		51811.9202		

Figure 2 Measures of a truck of 53ft. Adapted from the company's data.

As we can see, with the solution that the company took, it reduced its costs significantly and consequently the time was also reduced. This solution was implemented and definitely favored much to the cost of the company.

Discussion and conclusion

In this research, we could learn about some of the different theories of the logistics process and how an enterprise can reduce cost and time in the process of a problem using a methodology for each solution, on the process of looking for a solution was found that they're different types of steps that a company must follow if they want to have a good logistic into the company. In this case the hypothesis that the company took was the first, consolidate the various products in trailers of 53 feet, by doing this they reduce customer costs by using cross dock and the consolidation of the company start to operate having better margins, the second hypothesis was not selected because the first was more feasible and then it resulted successful. The company in this case in particular saves the 50 percent of what they did before.

References

Harper Mousa. (2013). *Times and motion study*. Retrieved on April 14th, 2015. Oxford

bibliographies: <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199846740/obo-9780199846740-0027.xml#obo-9780199846740-0027-bibItem-0002>

University of Washington. (n.d.). (2015, April 14). *Motion and Time Study*. from <http://courses.washington.edu/ie337/Motion%20and%20Time%20Study.pdf>

Wayne. (2015, April 18). *Exploring Taylorism and Its Continued Influence on Work and Schooling*.

Retrieved from: http://www.academia.edu/4778995/Clockwork_Taylorism_and_its_Continuing_Influence_on_Work_and_Schooling

Bridget McCrea. (2011). *Supply Chain and Logistics Technology: 8 steps to supply chain visibility*.

Logistic Management From: http://www.logisticsmgmt.com/article/supply_chain_and_logistics_technology_8_steps_to_supply_chain_visibility

Samuelson P. & Nordhaus W.. (2010). Economics. *Production and business organization* (pp. 107-113) New York, NY: McGraw-Hill.

Samuelson P. & Nordhaus W.. (2010). Economics. *Analysis of Cost* (pp. 126-130) New York, NY: McGraw-Hill.

Robinson A. (2014). *6 Effective Problem Solving Steps for Business* .Retrieved on April 18th, 2015.

From: <https://www.linkedin.com/pulse/20140530154920-39527870-6-effective-problem-solving-steps-for-business-and-life-in-general>



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL... ¿BENEFICIO REAL DE LAS EMPRESAS O SOLO CUESTIÓN DE MODA?

Autores:

M.F. Adriana Nayeli Reséndiz Prado

*Facultad de Contaduría Pública y Administración – Universidad Autónoma de Nuevo León.
Ciudad Universitaria. San Nicolás de los Garza, N.L. México.*

resendiz.adriana@gmail.com

Mexicana

Dra. Martha del Pilar Rodríguez García

*Facultad de Contaduría Pública y Administración – Universidad Autónoma de Nuevo León.
Ciudad Universitaria. San Nicolás de los Garza, N.L. México.*

marthadelpilar2000@yahoo.com

Mexicana

Adriana Nayeli Reséndiz Prado

CEDEEM. FACPYA – UANL. Ciudad Universitaria. San Nicolás de los Garza, N.L. México.

resendiz.adriana@gmail.com

Fecha de envío: 16/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 27/Mayo/2015

Palabras clave: Estrategia, Grupos de interés, Moda, Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Resumen.

En el entorno tan competitivo y socialmente demandante, los administradores se enfrentan a crecientes presiones para equilibrar el valor para los accionistas con el bienestar social; sin embargo, lograr este equilibrio es a menudo difícil para las empresas debido a los recursos limitados y la competencia de fuerzas. Esto ha dado lugar a un gran interés a las consecuencias financieras de la RSE para las empresas, como es evidente por los numerosos análisis sobre este tema. En el presente artículo se revisa el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) así como las diferentes perspectivas que se ha tenido de ella a través de los años y algunos beneficios y riesgos de iniciativas de RSE implementadas por moda o alineadas a las estrategias de las empresas.

Key words: Strategy, Interest Groups, Fashion, Social Responsibility

Abstract

In the highly competitive and socially applicant environment, administrators face increasing pressures to balance shareholder value with social welfare; however, achieving this balance is often difficult for companies due to limited resources and competing forces. This has led to great interest to the financial implications of CSR for companies, as evidenced by the numerous analyzes on this topic. In this article the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) and the different perspectives that it has had over the years and some benefits and risks of CSR initiatives implemented by fashion or aligned to the strategies is reviewed companies.

INTRODUCCIÓN

La RSE adquirió relevancia durante la última década del siglo XX (Correa, Flynn, & Amit, 2004), impulsada por varias tendencias económicas y sociales. Los escándalos contables de empresas, como el de Enron y el de Worldcom, han generado ante los participantes del mercado cierta desconfianza, lo que los ha llevado a los diversos interesados a demandar no solo información financiera para tomar decisiones, sino información de otros aspectos que son abarcados por la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Ante esta problemática, o a la demanda de información no financiera, las empresas han optado por implementar programas de RSE; sin embargo, a veces los motivos que los impulsan a tal decisión no forman parte de una estrategia de gestión de riesgo como el hecho de que cuenten con programas de RSE impulsados por la caridad o al activa y bien intencionada consciencia de ser socialmente responsable, otras empresas lo consideran como una tarea obligatoria o solo lo hacen para tener informes que la empresa de manera voluntaria ha decidido generar por una cuestión de moda ya que en algunas ocasiones ni siquiera se tiene el concepto claro de lo que abarca la RSE ni los beneficios que se pueden obtener con ella.

En nuestros días la RSE es un concepto que está en el debate público por su impacto en diferentes grupos de interés tales como la sociedad, las organizaciones, grupos empresariales, sector gobierno y otros relacionados a la dinámica económica y social de las organizaciones. Las opiniones sobre la relación de la RSE con sus beneficios o riesgos han sido muy polémicas ya que los investigadores que están a favor (Waddock y Graves, 1997; Balbanis et al., 1998; Orlitzky, 2001) los que están en contra (McWilliams y Siegel, 2000; Moore, 2001) y los que han de tomarse con cierta cautela (Ullmann, 1985; Margolis y Walsch, 2001; Vogel, 2005) están muy divididos.

Lo que se pretende con este artículo es dar una visión de lo que abarca el concepto de RSE, mostrar un poco de su evolución así como explicar algunos beneficios de implementar programas de RSE alineados a las estrategias de negocios y los riesgos de implementar dichos solo por una cuestión de moda.

MARCO TEÓRICO

1. Definiciones de RSE

A nivel mundial, existen diversas **definiciones** que dan una idea bastante amplia del **concepto de RSE**. En México, uno de los principales avances en el tema es haber logrado el consenso de los principales organismos empresariales y de responsabilidad social sobre un concepto y un marco ideológico común entendiendo la RSE como “el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común” (CEMEFI, 2013).

De acuerdo con **Carroll (1979)** “la responsabilidad social de la empresa abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales de la sociedad, en un momento determinado de tiempo.”

Según **World Business Council for Sustainable Development (2002)**, en Suiza, la RSE se ve como un compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.

Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), en Inglaterra, define la RSE como un “conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”

De acuerdo a la **Comisión de de la Comunidades Europeas (2001)** ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los grupos de interés lo que contribuirá al incremento de la competitividad de las empresas.

De acuerdo al **Observatorio RSC (2013)**, en España, la Responsabilidad Social Empresaria es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto.

La RSE también se concibe como una **estrategia de competitividad que vincula a los grupos de interés (stakeholders)**, por ejemplo a la empresa con sus consumidores y a la comunidad en general, se pretende que esta vinculación debe cimentarse en la ética y respeto por la persona y el ambiente. (De la Cuesta & Valor, 2003)

El concepto de RSE ha adquirido vital importancia en las políticas empresariales de nuestros tiempos, pues actualmente es indispensable que cualquier empresa cuyo objetivo sea la credibilidad y el reconocimiento ante los grupos de interés integre en sus operaciones y políticas un programa de RSE.

La mayoría de estas definiciones de RSE entienden este concepto como la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus grupos de interés.

2. Evolución de la RSE

Algunos autores fijan el nacimiento de la idea de la responsabilidad social empresarial en los **años veinte** y en concreto en 1923, fecha en la que Oliver Sheldon publicó su obra en la que manifiesta que las responsabilidades básicas de la gestión son sociales. Este autor enfatiza sobre la ética o el deber sobre los elementos humanos, estableciendo que los gerentes deben tratar a sus subordinados con justicia y honestidad.

Para otros académicos, como Carroll (1999), uno de los más prestigiosos estudiosos de esta disciplina, el origen del concepto de RSE data de mediados del siglo XX, exactamente en los **años cincuenta**, donde el mundo empresarial se enfrentó a grandes escándalos financieros. En particular, es en 1953 la fecha que se considera como clave en el origen de la RSE. En dicha fecha Bowen publica su obra “Social Responsibilities of the Businessmen” haciendo mención a las obligaciones de los empresarios para con los objetivos y valores de nuestra sociedad. En ella se indicó que la RSE se refiere a las obligaciones de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad. En su opinión, los directivos son responsables de las consecuencias de sus acciones más allá de la simple consideración de un objetivo de pérdidas y ganancias en la empresa.

De acuerdo con investigaciones realizadas por Lee (2008) en los **años sesenta**, la RSE queda en un segundo plano al considerar que la relación entre la RSE y los resultados financieros son excluyentes, y se volvió a dar prioridad al aspecto económico de la gestión, donde el objetivo último de la empresa es la maximización del beneficio, no siendo sujetos de responsabilidades sociales. Se entendía que si una empresa gastaba dinero en causas sociales, estaba actuando en detrimento del beneficio de los accionistas. Autores como Friedman (1970) y Henderson (2001), abogan por esta corriente de pensamiento.

Es a comienzos de la **década de los setenta**, cuando vuelve a resurgir el interés por la RSE, pero como obligación moral más que como obligación empresarial. Es en esta época cuando se realizan los primeros estudios empíricos y se introduce el concepto en el ámbito europeo, aunque con determinados matices, pues está limitada a los aspectos sociales. Algunos de los autores que sobresalen en esta etapa son Steiner (1971) y Carroll (1979). Steiner (1971) aportó una definición de RSE según la cual “las empresas deben seguir siendo fundamentalmente una institución económica, pero tiene responsabilidad para ayudar a la sociedad a alcanzar sus metas básicas, y por tanto tiene responsabilidades sociales”. Por su parte Carroll (1979) propuso

un modelo tridimensional de la RSE que permite analizar el acercamiento de las empresas al concepto de RSE y donde la define como: “La responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas o discrecionales de la sociedad sobre la organización en un momento dado en el tiempo”.

En los **años ochenta**, las aportaciones al concepto se centran en la formulación de teorías, modelos y términos alternativos como responsabilidad pública, sensibilidad social, ética empresarial, la teoría de los partícipes, ciudadanía empresarial, etc. Destacan los trabajos de Carroll (1983) y Freeman (1984). Carroll (1983) definió con más detalle el concepto de la RSE, indicando que “La RSE implica la realización de un negocio de manera que sea económicamente rentable, respetuoso de la ley, ético y socialmente solidario. Por tanto, ser socialmente responsable, significa que la rentabilidad y la obediencia a la ley son ante todo las condiciones para debatir la ética de la empresa y el grado en el que se apoya a la sociedad, con las contribuciones de dinero, tiempo y talento”. Por su parte Freeman (1984) sienta las bases de la Teoría de los grupos implicados o Teoría Stakeholder según la cual “La empresa debe atender no sólo a los accionistas sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad, tendente al logro de los objetivos de la compañía”.

A partir de los **años noventa** es cuando comienza a adquirir la relevancia que se merece. Se empieza a considerar la responsabilidad social de las empresas, aunque en un primer momento está ligada a sus responsabilidades mínimas legales y a actuaciones filantrópicas. Se comienza a hablar de la relación estrecha entre la RSE y los resultados financieros y a considerar que las empresas pueden obtener mejores resultados financieros por ser y hacer el bien (Lee, 2008). A pesar, de ser diversos los estudios empíricos que han encontrado evidencias de esta relación (Waddock y Graves, 1997; Balbanis et al., 1998; Orlitzky, 2001), hay otros que no llegan a esa conclusión (McWilliams y Siegel, 2000; Moore, 2001), por lo que los resultados obtenidos hasta el momento son algo contradictorios y han de tomarse con cierta cautela (Ullmann, 1985; Margolis y Walsch, 2001; Vogel, 2005).

A favor	En contra
<ul style="list-style-type: none"> • Sheldon (1923) • Bowen (1953) • Steiner (1971) • Carroll (1979) • Freeman (1984) • Waddock y Graves (1997) • Balbanis (1998) • Orlitzky (2001) • De la Fuente y De Quevedo (2003) • Werther y Chandler (2005) 	<ul style="list-style-type: none"> • Friedman (1970) • McWilliams y Siegel (2000) • Henderson (2001) • Moore (2001)
	Con cautela
	<ul style="list-style-type: none"> • Ullmann (1985) • Margolis y Walsch (2001) • Vogel (2005)

Tabla 1. Resumen de posturas de Investigadores de la RSE. Fuente: Elaboración propia.

El máximo desarrollo de la RSE se produce **a partir de finales de los años noventa** y principios del siglo XXI, cuando **adquiere importancia estratégica**, integrándose en la misión,

visión y principios organizativos de las empresas. Mientras nos adentramos más en el siglo XXI, la maximización del beneficio y la RSE llegarán a ser cada vez más inseparables (Werther y Chandler, 2005). Pero quizás el mayor impulso de la RSE está ligado a los escándalos financieros acaecidos en los últimos años, como los de Enron (2001) y WorldCom (2002), que han dejado en entredicho las actuaciones de las empresas y han hecho que pierdan credibilidad y confianza (Bronchain, 2003). La sociedad exige una gestión más ética y responsable, y la RSE configura esta gestión generando confianza y mejorando la reputación de la empresa (De la Fuente y De Quevedo, 2003).

En la tabla 2 se muestra un resumen de algunas obras respecto a la RSE así como las aportaciones que han hecho los autores de las mismas a través del tiempo.

Años	Autores	Obra	Aportación
1920-1929	Oliver Sheldon	The philosophy of management	Enfatiza sobre la ética o el deber sobre los elementos humanos (tratar a subordinados con justicia y honestidad).
1950-1959	Bowen	Social responsibilities of businessman	Los directivos son responsables de las consecuencias de sus acciones más allá de la simple consideración de un objetivo de pérdidas y ganancias en la empresa.
1960-1969	Lee	A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead	Pasa a segundo plano la RSE, se volvió a dar prioridad al aspecto económico , donde el objetivo último de la empresa es la maximización del beneficio.
1970-1979	Steiner	Business and society	Las empresas deben seguir siendo fundamentalmente una institución económica, pero tiene responsabilidad para ayudar a la sociedad a alcanzar sus metas básicas
	Carroll	A three-dimensional conceptual model of corporate social performance	La responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas o discrecionales de la sociedad sobre la organización en un momento dado en el tiempo
	Friedman	The social responsibility of business is to increase its profits	Considera que la responsabilidad de las empresas es incrementar las utilidades
1980-1989	Freeman	Strategic management: a stakeholder approach	La empresa debe atender no sólo a los accionistas sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad , tendente al logro de los objetivos de la compañía
1990-1999	Waddock y Graves	The corporate social performance-financial performance link	A favor de la RSE
	Balbanis, Phillips y Lyall	Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked?	Comenta que la RSE y el desempeño económico están relacionados
2000-2013	McWilliams y Siegel	Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?	Llegan a la conclusión de que no existe una relación entre la RSE y el riesgo
	Orlitzky	Does firm size confound the relationship between corporate social performance and firm financial performance?	De acuerdo a estudios empíricos ha encontrado una relación entre la RSE y el riesgo.
	Henderson	The case against corporate social responsibility	Considera que si la empresa gastaba dinero en causas sociales estaba actuando en detrimento del beneficio de los accionistas
	Moore	Corporate social and financial performance: an investigation in the UK supermarket industry	No apoya la idea de que la RSE y el Riesgo estén relacionados
	De la Fuente y de Quevedo	Empirical analysis of the relationship between corporate reputation and financial performance: A survey of the literatura	La sociedad exige una gestión más ética y responsable , y la RSE configura esta gestión generando confianza y mejorando la reputación de la empresa
	Werther y Chandler	Strategic corporate social responsibility as global brand insurance	La maximización del beneficio y la RSE llegarán a ser cada vez más inseparables

Tabla 2. Resumen de aportaciones de Investigadores acerca de la RSE. Fuente: Elaboración Propia

A pesar de una amplia investigación que ya ha sido llevado a cabo en esta área en particular, los estudios relacionados han tendido por lo general a centrarse en la relación existente entre la responsabilidad social de las empresas (RSE) y desempeño financiero (Coombs y Gilley, 2005, Griffin y Mahon, 1997; Hillman y Keim, 2001; McWilliams y Siegel, 2000, 2001; Pava y Krausz, 1996; Roberts y Dowling, 2002; Rowley y Berman, 2000; Simpson y Kohers, 2002; Waddock y Graves, 1997; Walsh et al., 2003). Por lo tanto, poca atención teórica hasta ahora ha sido puesto en tratar de obtener una mejor comprensión de si o no, y si es así por qué, las empresas actúan en formas socialmente responsables (Campbell, 2007).

3. Grupos de interés

Aunque es de conocimiento general que el principal objetivo de las empresas es la creación de valor y riqueza para los accionistas, Faus (1997) señala que no puede haber creación de valor si no se satisfacen las necesidades de los grupos de interés; por tanto, cada institución debe cumplir con un fin prominentemente social y la empresa no puede estigmatizarse como un ente contrario al fin social de las instituciones.

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas (2008) por interesados, o grupos de interés, se entienden los grupos de personas que se ven afectadas por una empresa, y/o pueden influir en ella, sin ser necesariamente accionistas. Sus actos pueden influir en la marca y la reputación de una empresa, sus resultados financieros e incluso su licencia de actividad. Por consiguiente, comunicarse con los interesados y conocer sus opiniones es muy importante para que las empresas puedan proporcionar a su vez información pertinente. Entre estos grupos podemos mencionar a los inversores e instituciones financieras, asociados comerciales, consumidores, empleados, organizaciones de sociedad civil, Gobiernos y sus instituciones, entre otros.

Uno de los grupos de interés que solicita cada vez más información y medición de la RSE son los inversores. Los inversores y los accionistas que están tomando decisiones no sólo necesitan tener acceso a la información financiera, sino también a la información sobre el comportamiento medioambiental y social (Skouloudis, Evangelino, & Kourmousis, 2009). Éstos han empezado a aplicar criterios sociales y ambientales en sus decisiones, por la supuesta relación entre el grado de responsabilidad de una empresa y su competitividad, por el crecimiento de la financiación ética o socialmente responsable, y por las regulaciones y acuerdos nacionales e internacionales que exigen un comportamiento más responsable del sector privado. Estas exigencias no tratan sólo de que las empresas informen, sino de qué informan, cómo lo hacen y cómo se puede asegurar que las compañías cumplan con la responsabilidad que proclaman.

Aunque el punto de partida de la RSE ha sido la voluntariedad, desde el año 2003 los Estados europeos han desarrollado diferentes reformas legales respecto a informes de RSE o de sostenibilidad. En Dinamarca se ha elaborado una legislación específica que obliga a las empresas que superan ciertas dimensiones, tanto las cotizadas como las de titularidad estatal, a informar sobre sus políticas y su gestión respecto a los temas de RSE. El modelo danés deja a la empresa elegir el modo mediante el cual se informa, mientras que en Francia se exige a las

empresas cotizadas reportar información social y ambiental en sus informes anuales de gestión según unos requisitos específicos sobre el contenido y el modo de informar. Además, actualmente está en desarrollo un proyecto de ley para ampliar las obligaciones a las empresas no cotizadas. En España, el punto de partida es también el de la voluntariedad respecto a la comunicación de la información no financiera, aunque la Ley de Economía Sostenible puede introducir obligaciones para las sociedades mercantiles estatales y las entidades públicas empresariales adscritas a la Administración General del Estado. (Strandberg, 2010)

En un estudio de recopilación y revisión de la literatura llevada a cabo por Ligteringen y Zadek (2004) identificaron más de 300 normas corporativas globales, cada una con su propia historia y criterios. Estas normas incluyen las Naciones Unidas (ONU), Pacto Mundial, la Organización para el desarrollo de Desarrollo Económico (OCDE) Cooperación y de las empresas multinacionales, la ISO 14001, la Global Reporting Initiative (GRI), Principios Globales de Sullivan, SA 8000, Serie AA1000 y ISO 26000. Estas normas fomentan la responsabilidad empresarial en materia ambiental y social

4. Beneficios y riesgos de la RSE

Existen diferentes motivadores que llevan a una empresa a interesarse y a poner en práctica estrategias de Responsabilidad Social Empresarial: convicción propia, presión, moda, imagen y otras razones, pero todas al comenzar a implementarla van descubriendo sus bondades y beneficios. (Bonilla Villarreal, 2009)

Parte del modelo de RSE incluye en tener responsabilidad con los empleados en cuanto a remuneraciones, perspectivas de empleo, condiciones de trabajo, salud y seguridad, relaciones industriales, gestión del riesgo y oportunidades de desarrollo profesional, por mencionar algunas; sin embargo, no se trata solamente de imitar modelos de la competencia o hacer lo que la sociedad demanda sino analizar en primera instancia la empresa para conocer sus particularidades y así poder definir el modelo adecuado según sus objetivos y metas a corto plazo pero sobretodo sin olvidar el largo plazo.

Se han realizado algunas investigaciones que apoyan la idea de que mediante la generación de capital moral o de buena voluntad se pueden disminuir los riesgos operativos y así preservar el desempeño financiero. (Godfrey, 2005) (Godfrey, Merrill & Hansel, 2009)

Las empresas con compromiso de RSE tienen más probabilidades de dar a conocer al mercado sus actividades de RSE y por lo tanto ser más transparentes. En consecuencia, los niveles más altos de transparencia reducen las asimetrías de información entre la empresa y los inversores, por lo tanto contribuyen a mitigar el riesgo que se percibe de la empresa. (Dhaliwal, Li, Zhang, & Yang, 2011).

Debido a esa transparencia la gestión de riesgos puede ayudar a reducir las probabilidades de crisis financieras, social o ambiental que de cierta manera influirán negativamente en los flujos de efectivo de la empresa (Sharfman & Fernando, 2008) lo que nos lleva a coincidir con aquellos investigadores que opinan que el compromiso de la RSE hace menos grave la

restricción financiera y permite que el acceso a los mercados financieros sea más fácil. (Cheng, Ioannou, & Serafeim, 2011).

Otro beneficio es el que se mencionan Sharfman y Fernando (2008) en un de sus investigaciones donde concluyen que la gestión de riesgos ambientales y sugieren que la mejora de la gestión de esos riesgos se relaciona negativamente con el costo de capital.

Gracias a estrategias de RSE se pueden reducir los costos y un ejemplo de esto se puede observar en la empresa Athon Group Health Solutions. Athon Group Health Solutions es una empresa brasileña que administra servicios de salud a través de mapas de riesgos y mejoras en las condiciones de vida. La implementación de un modelo de gestión de RSE en Athon ha generado un impacto que contribuyó a obtener diversos beneficios, según la información proporcionada por sus directivos. Entre los beneficios se destacó la reducción de los costos fijos y de los costos laborales derivados de una menor rotación del personal y mayor productividad. El porcentaje relativo de costo fijo de Athon pasó del 38% al 29.5% tras la incorporación de las medidas de RSE. En cuanto a la rotación del personal descendió al 8%, mientras que antes de la implementación de las medidas de RSE era del 30%, entre otros motivos a la falta de solidez en la relación entre la empresa y los trabajadores (Fomin, 2009).

En la tabla 3 se resumen algunos de los potenciales impactos de las prácticas de RSE en la competitividad.

	Balance General	Estado de Resultados
	Activos	Ingresos
	<ul style="list-style-type: none"> • Menor capital de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos mercados • Mejores precios • Mayores ventas • Ventas no perdidas • Nuevos productos
	Pasivo y Capital	Costos
Contable	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor crédito de proveedores • Mayor acceso a financiamiento • Mayor acceso a capital 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejores precios de insumos • Menores volúmenes de insumos • Menores costos financieros
	Riesgos ambientales, laborales, de mercado, regulatorios	
	Impactos cuantificables	Impactos no cuantificables
No Contable	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor productividad laboral • Acceso a financiamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprecio de la sociedad • Lealtad de los empleados

- Mayor reputación
- Capacidad e innovación
- Evita pérdidas de mercados
- Acceso a mejores empleados / ejecutivos

Tabla 3. Algunos potenciales impactos de las prácticas de RSE en la competitividad. Fuente (Vives & Peinado-Vara, 2011)

A pesar de que existen diversos beneficios como lo hemos mencionado en los párrafos anteriores, también es cierto que existe el riesgo de fijarse sólo en las mediciones, sean financieras o no lo cual puede derivar en actos poco responsables, que sólo tienen como objetivo el resultado a corto plazo y la recompensa que éste supone. (Grosselin, 2006)

Un caso en el que podemos analizar los efectos de la falta de responsabilidad social empresarial y los riesgos, específicamente el operativo, es el caso de Mexicana de Aviación (Leyva Piña, 2011). Uno de los problemas estructurales que la aviación presenta es la irresponsabilidad estatal y empresarial en la gestión de las empresas aéreas mexicanas. La moda globalizadora en esa industria es la apertura de empresas “a bajo costo” en donde las bajas tarifas se sostienen con la degradación del trabajo de los pilotos, que implica salarios, prestaciones y capacitación hacia la baja, y disminución en el mantenimiento de los aviones. La quiebra de Mexicana es el resultado de la flexibilidad salvaje sustentada en la irresponsabilidad estatal y empresarial en un sector de servicios que requiere de una cultura empresarial que privilegie a la seguridad aérea por encima de la creencia del enriquecimiento sin ética.

También se han realizado investigaciones sobre los riesgos de la falsa responsabilidad social en donde se puede observar que la reducción del riesgo, a través del compromiso de RSE es más económica y estadísticamente significativo en industrias polémicas que en empresas de la industria no controversiales. (Frynas, 2005) (Palazzo & Richter, 2005) (Yoon, Gurhan-Canli, & Schwarz, 2006) (Byrne, 2010) (Banerjee & Bonnefous, 2011) (Cai, Jo, & Pan, 2012). Algunas de las empresas de sectores controversiales son las de alcohol, tabaco, juegos de azar, entre otras.

Como se ha mencionado los modelos de RSE han surgido como algo voluntario que las empresas han ido adoptando; sin embargo, la falta de regulaciones estrictas y obligatorias han ocasionado que ciertas empresas utilicen las actividades de RSE para sus propios fines de construcción de reputación sin que implemente un modelo real de RSE. Esto ha traído como consecuencia que una vez que los inversores descubren las verdaderas intenciones de las “falsas empresas socialmente responsables” penalicen a las empresas en el mercado.

MÉTODO

Para determinar la situación actual de las empresas que realizan prácticas de RSE usaremos la base de datos de Cemefi, que otorga anualmente el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) . El periodo de estudio son los años comprendidos del 2001 al 2014 y la muestra está formada por empresas que han mantenido y renovado anualmente el distintivo de ESR así como las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y han obtenido dicha distinción.

En la figura 1 se puede observar el número de distintivos de ESR que se han entregado durante el periodo de estudio, en donde a simple vista podemos observar que el número de empresas ha ido en aumento cada año.

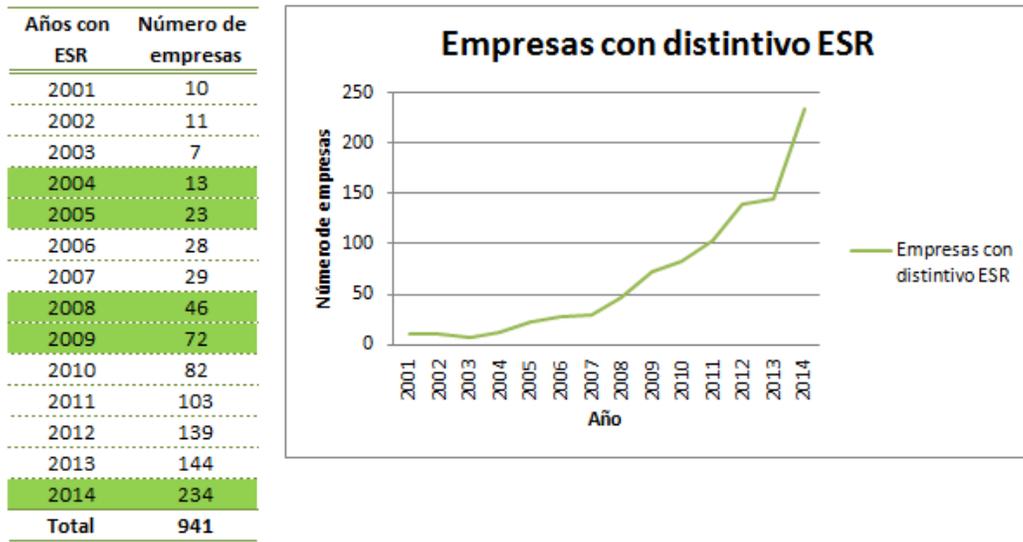
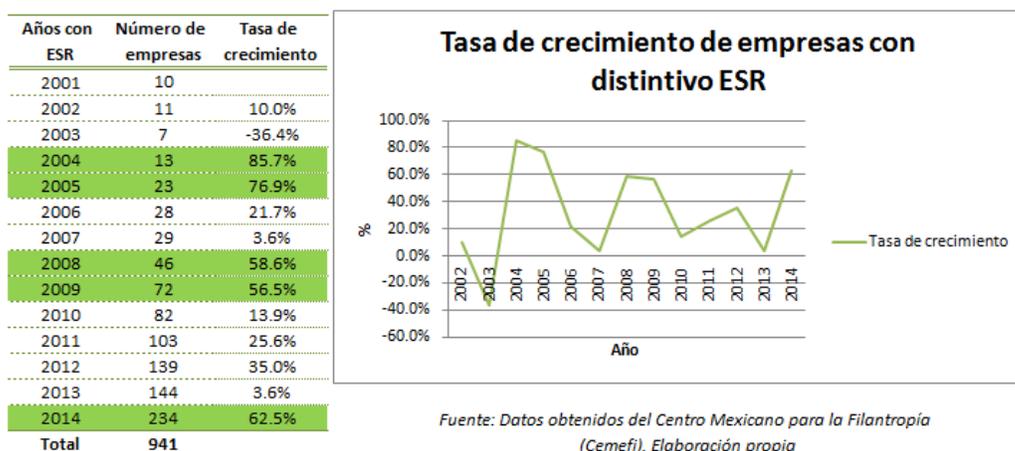


Figura 1. Empresas con distintivo ESR. Fuente: Datos obtenidos del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). Elaboración propia

En la figura 2 se muestra la tasa de crecimiento de las empresas con el distintivo de ERS en donde se puede ver que ha habido años críticos donde la tasa de crecimiento de Empresas Socialmente Responsables se ha incrementado notoriamente.



Fuente: Datos obtenidos del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). Elaboración propia

Figura 2. Tasa de crecimiento de empresas con distintivo ERS. Fuente: Datos obtenidos del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). Elaboración propia

En la figura 3 se presentan el número de empresas que cotizan en la BMV que han obtenido el distintivo de ESR en el periodo de estudio con lo cual podemos notar que el comportamiento de estas empresas en relación con la obtención de dicho distintivo no muestra un cambio o tendencia constante.

Años con ESR	Número de empresas	Tasa de crecimiento
2001	3	
2002	4	33.3%
2003	4	0.0%
2004	4	0.0%
2005	1	-75.0%
2006	6	500.0%
2007	5	-16.7%
2008	3	-40.0%
2009	1	-66.7%
2010	4	300.0%
2011	4	0.0%
2012	1	-75.0%
2013	1	0.0%
2014	2	100.0%
Total	43	

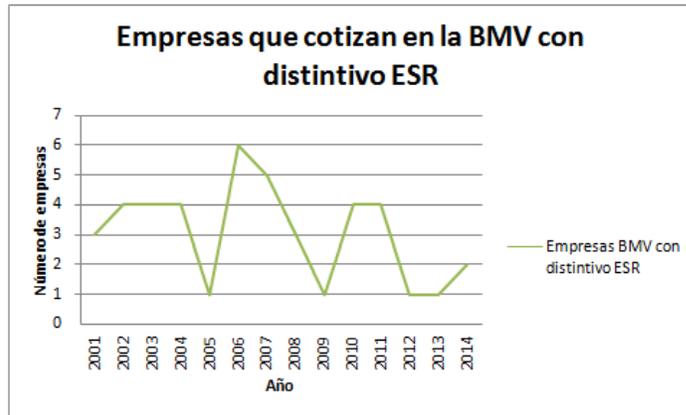


Figura 3. Empresas que cotizan en la BMV con distintivo ERS. Fuente: Datos obtenidos del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). Elaboración propia

RESULTADOS

De acuerdo a los datos obtenidos por Cemefi al 2014 existen 941 empresas con distintivo ESR de las cuales 43 cotizan en la BMV lo que presenta solo una participación del 4.6%; sin embargo si relacionamos a las 43 empresas con el total de 144 empresas que cotizan en dicha Bolsa, el porcentaje de participación representa un 29.9%.

También podemos observar como el número de empresas que buscar y consiguen dicho distintivo ha ido en aumento, lo cual apoya a la teoría de que el tema de RSE está siendo considerado por las empresas como relevante; sin embargo, si observamos la tasa de crecimiento del número de ESR esta muestra en cierto periodos crecimientos sobresalientes por lo que sería interesante analizar dichos periodos para determinar si dicho crecimiento está relacionado con escándalos financiero o crisis financieras lo cual nos llevaría a pensar que realmente las empresas solo toman consciente de la importancia de una RSE real, y no una cuestión de moda, cuando ocurren alguno de los citados eventos.

Y por último podemos observar que en relación con la empresas que cotizan en la BMV no ha habido una importante ni una tendencia de participación para la obtención del distintivo de ESR.

CONCLUSIONES

Hoy en día no se puede ser socialmente responsable si no aspiramos a un desarrollo sostenible; es decir, si nuestra cultura, nuestras conductas diarias y nuestras lógicas económicas, ambientales y sociales no se encuentran coherentemente alineadas.

A través de lo escrito en el presente artículo podemos observar como la sociedad actual, más consciente e informada está ejerciendo una creciente presión sobre las empresas para que incorporen principios y prácticas en Responsabilidad Social. El consumidor busca productos que no dañen la salud, que no perjudiquen el medio ambiente, que no utilicen para su manufactura prácticas contrarias a los derechos humanos, entre otros aspectos.

También se puede concluir que en los mercados financieros son importantes las prácticas responsables para acceder a financiamientos y menores costos de capital, tanto desde el punto de vista de la empresa tomadora de capital y crédito como de los inversionistas que utilizan los conceptos de la RSE en su decisión.

Sin duda, implementar estrategias de RSE, bajo las circunstancias que se viven en la actualidad, traerá beneficios para aquellas empresas que las implementa pero son las empresas quienes decidirán si quieren adoptarla como una cuestión de moda y asumir el costo de esto o alinear dichas estrategias con las metas de las empresas para que sea vista, no como un costo sino, como una inversión.

REFERENCIAS

- Balbanis, G., Phillips, H., & Lyall, J. (1998). Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked?. *European Business Review*, p.25-44.
- Banerjee, B., & Bonnefous, A. (2011). Stakeholder management and sustainability strategies in the French nuclear industry. *Business Strategy and Environment*, 20, 124-140.
- Bonilla Villarreal, A. L. (2009). *La Responsabilidad Social Empresarial en México*. Xalapa, Veracruz: Universidad Veracruzana.
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of businessman*. New York: Harper & Brothers.
- Bronchain, P. (2003). *Towards a sustainable corporate social responsibility*. Dublin: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions.
- Byrne, E. (2010). The U.S. military-industrial complex is circumstantially. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 153-165.
- Cai, Y., Jo, H., & Pan, C. (2012). Doing well while doing bad? CSR in controversial industry sectors. *Journal of Business Ethics*, 108(4), 467-480.
- Campbell, J. (2007). Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, p.946-967.
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, p.497-505.
- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*.
- Carroll, A. (1983). Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding?. *Vital Speeches of the Day*, p.604-608.
- Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2011). *Corporate social responsibility and access to finance*. Working paper: Harvard University.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco Europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas COM, 366, Consulta electrónica 20 agosto 2013, 10:20 en <http://www.jussemp.org/Inicio/Recursos/Actividad%20Corporativa/Resources/Libro%20verde.pdf>.

- Coombs, J., & Gilley, K. (2005). Stakeholder Management as a Predictor of CEO Compensation: Main Effects and Interactions with Financial Performance. *Strategic Management Journal* , p.827-841.
- Correa, M., Flynn, S., & Amit, A. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Serie: Medio Ambiente y Desarrollo, Num.85. CEPAL: Santiago de Chile , Disponible en internet: www.eclac.org/publicaciones/xml/4/.../lcl2104.pdf. Fecha de consulta: 20 de abril de 2013.
- De la Cuesta, M., & Valor, C. (2003). Responsabilidad Social de la Empresa. Concepto, mediciones y desarrollo en España. *Boletín Económico de ice*, 2755 , Pág. 7-9.
- De la Fuente, J., & De Quevedo, E. (2003). Empirical analysis of the relationship between corporate reputation and financial performance: A survey of the literature. *Corporate Reputation Review* , p.161-177.
- Dhaliwal, D., Li, O., Zhang, A., & Yang, Y. (2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiations of corporate social responsibility reporting. *Accounting Review* , 86(1), 59–100.
- Faus, J. (1997). Políticas y decisiones financieras. Barcelona: Editorial Estudios y Ediciones IESE.
- Fomin. (2009). Guía de aprendizaje sobre la implementación de Responsabilidad Social Empresarial en Pequeñas y Mediana Empresas. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Freeman, R. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine* , p.32-33.
- Frynas, J. (2005). The false developmental promise of corporatesocial responsibility: Evidence from multinational oil companies. *International Affairs* , 81(3), 581–598.
- Godfrey, P. (2005). The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective. *Academy of Management Review* , 30, 777–798.
- Godfrey, P., Merrill, C., & Hansen, J. (2009). The relationship between corporate social responsibility and shareholder value: An empirical test of the risk management hypothesis. *Strategic Management Journal* , 30(4), 425–445.
- Griffin, J., & Mahon, J. (1997). The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performancen Debate: Twenty-Five Years of Incomparable. *Research Business & Society* , p.5-31.
- Grosselin, T. (2006). Inversión socialmente responsable: la gestión del riesgo y la calificación de criterios RSE. *Forética* .
- Henderson, D. (2001). The case against corporate social responsibility. *Policy* , p.28-32.
- Hillman, A., & Keim, G. (2001). Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line? *Strategic Management Journal* , p.125-139.
- Lee, M. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews* , p.53-73.
- Leyva Piña, M. A. (2011). La irresponsabilidad empresarial en Compañía Mexicana de Aviación. *El Cotidiano* , 19-31.
- Ligteringen, E., & Zadek, S. (2004). The future of corporate responsibility standards. *Accounting Forum* 4 , Pág 6-17.
- Margolis, J., & Walsh, J. (2003). Misery loves companies: rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly* , p.268-305.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? *Strategic Management Journal* , p. 603-609.
- Moore, G. (2001). Corporate social and financial performance: an investigation in the UK supermarket industry. *Journal of Business Ethics* , p. 167-180.
- Organización de las Naciones Unidas. (2008). Orientaciones sobre los Indicadores de la Responsabilidad de las Empresas en los Informes Anuales. Nueva York y Ginebra.
- Orlitzky, M. (2001). Does firm size confound the relationship between corporate social performance and firm financial performance? *Journal of Business Ethics* , p.167-180.
- Palazzo, G., & Richter, U. (2005). CSR business as usual? The case of the tobacco industry. *Journal of Business Ethics* , 61(4), 387–401.
- Pava, M., & Krausz, J. (1996). The Association Between Corporate Social-Responsibility and Financial Performance: The Paradox of Social Cost. *Journal of Business Ethics* , p.321-357.
- Prince of Wales Business Leadership Forum. (s.f.). Prince of Wales Business Leadership Forum. Recuperado el 7 de Mayo de 2013, de www.pwblf.org

- Roberts, P., & Dowling, G. (2002). Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance. *Strategic Management Journal* , p.1077-1093.
- Rowley, T., & Berman, S. (2000). A Brand New Brand of Corporate Social Performance. *Business & Society* , p.397-418.
- Sharfman, M., & Fernando, C. (2008). Environmental risk management and the cost of capital. *Strategic Management* , 29, 569-592.
- Sheldon, O. (1923). *The philosophy of management*. New York: Pitman Publishing Corp.
- Simpson, W., & Kohers, T. (2002). The Link Between Social and Financial Performance: Evidence from the Banking Industry. *Journal of Business Ethics* , p.97-109.
- Skouloudis, A., Evangelino, K., & Kourmouis, F. (2009). Development of an evaluation methodology for triple bottom line reports using international standards on reporting. *Environmental Management* 44 , 298-311.
- Stein, J., & Usher, S. (2001). A comparables approach to measuring cashflow at risk for non financial firms. Harvard University, National Economic Research Associates , 8-17.
- Steiner, G. (1971). *Business and society*. New York: Random House.
- Strandberg, L. (2010). La medición y la comunicación del la RSE: Indicadores y Normas. Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo (Cuaderno N°9), Pág.1-26.
- Ullman, A. (1985). Data in search of a theory: a critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of U. S. firms. *Academy of Management Review* , p.540-557.
- Vives, A., & Peinado-Vara, E. (2011). RSE. La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina. Washington, DC: Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).
- Vogel, D. (2005). *The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility*. Washington, D.C: Brookings Institution Press.
- Waddock, S., & Graves, S. (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal* , p.303-319.
- Werther, W., & Chandler, D. (2005). Strategic corporate social responsibility as global brand insurance. *Business Horizons* , p.317-324.
- World Business Council for Sustainable Development. (2002). *Corporate Social Responsibility. The WBCSD's Journey*, Ginebra .
- Yoon, Y., Gurhan-Canli, Z., & Schwarz, N. (2006). The effect of corporate social responsibility (CSR) activities on companies with bad reputations. *Journal of Consumer Psychology* , 16(4), 377-390.



DEPENDENCIA RECAUDATORIA EN PAÍSES CON UN IMPUESTO DE TASA FIJA O FLAT TAX

Autores

Dra. Sandra Edith Tristán Garza

Dirección: Crisol Naranja 217, Centrika Crisoles, Monterrey, N.L. C.P. 64520

Correo electrónico: sandra_tristan@hotmail.com

Teléfono: 8115757617

Nacionalidad: Mexicana

Dr. Juan Paura García

*Dirección: Olegario Andrade 651, Anáhuac,
San Nicolás de los Garza, N.L. C.P. 66450*

Correo electrónico:

juan_paura@yahoo.com.mx

Teléfono: 8182592901

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 17/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 27/Mayo/2015

Resumen

Desde 1994 diversos países han implementado dentro de sus sistemas fiscales un impuesto directo de tasa fija, también denominado flat tax, el cual tiene como principales características una tasa reducida, simplicidad en su determinación y una base tributaria amplia. Algunos autores han planteado que el estudio de este impuesto se ha dado en un marco de estudios comparados entre los países que lo han aplicado; sin embargo, existen pocos estudios cuantitativos sobre el tema. En el presente artículo, se establecerá en primera instancia, un comparativo de las tasas con las que se ha implementado este impuesto en diversos países y se llevará a cabo un análisis cuantitativo con una regresión con datos panel con la finalidad de establecer las variables económicas y fiscales que inciden en la recaudación tributaria en estos países.

Palabras clave

Dependencia recaudatoria, flat tax, impuestos directos, regresión datos panel.

Introducción

El modelo tributario del impuesto de tasa fija ha sido estudiado desde el año de 1962, recibiendo un mayor auge mundial a partir de 1981 con la publicación y difusión que le dieron los autores Robert Hall y Alvin Rabushka. Este impuesto tiene como principales características, una tasa tributaria baja, simplicidad en la determinación, una base tributaria más amplia al permitir pocas deducciones y en causado en base a flujo de efectivo.

El antecedente de la introducción del flat tax dentro de los sistemas fiscales se observó en dos territorios ingleses, Jersey y Guernsey, países que lo implementaron en los años de 1940 y 1960, respectivamente y que actualmente aún se encuentran utilizando dicho sistema. No obstante, el establecimiento del impuesto de tasa fija toma auge en la década de los 90's denominada por los

tratadistas del tema como “Revolución del Flat Tax”, cuando los países denominados bálticos, conformados por las ex repúblicas soviéticas de Estonia, Letonia y Lituania, lo implementaron en años de 1994, 1995 y 1996, respectivamente.

Asimismo, países como Albania, Bulgaria, República Checa, Georgia, Kazakhsan, Islandia, Irak, Kyrgyzstan, Macedonia, Mongolia, Mauritania, Rumania, Rusia, Serbia, Eslovaquia, Ucrania y Pridnestovie, sumaban en el año 2012, 22 países con regímenes fiscales que contaban con un impuesto del tipo de tasa fija de tipo directo. Adicionalmente; Panamá, Hungría, Polonia y Grecia, se encuentran analizando políticas y propuestas para introducir un impuesto de este tipo en sus sistemas fiscales.

Marco Teórico

Si se hiciera referencia a la definición de lo que implica un “flat tax” o incluso a su traducción textual del idioma inglés al español, se pudiera establecer que dicho tipo de impuesto se caracteriza principalmente porque uno de sus elementos (para este caso, la tasa), es del tipo “plano”, “único” o “fijo”; es decir, en donde no se establecen tasas diferenciadas o progresivas. A nivel internacional cuando se habla de un impuesto de tasa fija se entiende la referencia hacia un impuesto directo, cuyo objeto es gravar el ingreso de las personas físicas y las utilidades o ganancias de las personas morales.

Una propuesta que fue creada y presentada por primera vez hace más de 40 años y que ha permitido en algunos países que la han implementado, el incremento en la recaudación

tributaria, ha sido el establecimiento de un impuesto directo con tasa fija a los ingresos personales y utilidades corporativas.

La primera vez que se planteó teóricamente la idea de un impuesto de tasa fija se llevó a cabo por el economista investigador de la Institución Hoover en la Universidad de Stanford y profesor emérito de la Universidad de Chicago, Milton Friedman (1962) quien en su libro “Capitalism and Freedom”, considera aspectos económicos para afirmar que la mejor estructura para el impuesto al ingreso de las personas físicas es la aplicación de una tasa fija después de una exención, donde el ingreso sea puntualmente definido y que las deducciones autorizadas se establecieran únicamente para los gastos realizados con la finalidad de generar el ingreso gravado, lo que genera una ampliación de base tributaria. Asimismo, establecía la eliminación del impuesto al ingreso de personas morales y sugería que los ingresos obtenidos por las empresas se adjudicaran a los accionistas para que éstos los incluyeran en sus declaraciones de impuestos.

Sin embargo, la investigación teórica sobre este impuesto toma auge, con el estudio de Hall y Rabushka (1981), donde proponían la utilización de una contribución de tasa fija dentro de la política fiscal de Estados Unidos de América.

La revolución del flat tax, como la denominó Forbes (2005) y posteriormente Mitchell (2008), se llevó a cabo dentro de los sistemas fiscales como una reforma realizada posterior a un radical cambio político en algunos países.

Hacia finales del siglo pasado, en la década de 1990's, diversas naciones de Europa Oriental, en su mayoría antiguas repúblicas de la URSS, ahora con gobiernos independientes, establecieron este impuesto en sus sistemas fiscales, obteniendo como resultado, de acuerdo a Hall y Rabushka (1981), un incremento en su recaudación fiscal, así como principalmente una simplificación tanto de las disposiciones legales como de la propia aplicación del impuesto.

Complementando información establecida por Nicodème (2007), hasta el 2012, 23 países habían implementado en sus sistemas fiscales algún tipo de impuesto de tasa fija, incluyendo naciones de los cinco continentes del mundo, principalmente de Europa. En dicho continente se ha aplicado el este tipo de impuesto en 14 países: Estonia, Georgia, Guernsey, Islandia, Jersey, Letonia, Lituania, Macedonia, Montenegro, República Eslovaca, Rumania, Rusia, Serbia y Ucrania; en Asia se pueden mencionar cuatro países: Hong Kong, Iraq, Kyrgyzstan y Mongolia; en Oceanía uno: Tonga; uno en África: Mauritania y tres en América: Bolivia, Jamaica y Paraguay. Sin embargo, actualmente Hungría también tiene un impuesto de tasa fija, por lo que el total de países que aplican un impuesto de este tipo es de 23. En la siguiente figura se puede apreciar el año de implementación del impuesto de tasa fija en cada uno de los países, la tasa con la que aplicaban el impuesto sobre la renta antes de este impuesto, la tasa a la que se inició la implementación y la tasa actual.

Algunas consideraciones que plantea este autor en relación a cada uno de los países son las siguientes:

1. Jersey y Guernsey no tienen impuesto al valor agregado, así como tampoco gravan dividendos, intereses o capital ganado.

2. En Hong Kong los contribuyentes pueden elegir entre pagar un impuesto de tasa fija del 16% o una tarifa progresiva con tasas marginales que varían en el rango entre 2% y 19%. Este país no grava dividendos y capital ganado; así como tampoco tiene impuesto al valor agregado, impuesto a las ventas finales o impuestos sobre nómina.
3. En Bolivia la tasa del 13% se aplica desde 1992, la base del impuesto incluye todos los ingresos (sueldos, salarios, rentas, intereses, regalías, etc.) excepto ingresos percibidos en el extranjero y capital ganado, los cuales están libres de impuestos. Adicionalmente existe una exención equivalente a dos meses de salario mínimo.
4. En Estonia la tasa fue reducida gradualmente, en el 2005 fue del 24%, 23% en 2006, 21% en 2007 y 20% en 2008. Los pagos de intereses no son deducibles.
5. En Rusia existe una exención que se disminuye cuando los ingresos se incrementan.
6. En Serbia se aplica una tasa del 14% en salarios pero otros ingresos se gravan a una tasa del 20%. Existe un 10% adicional de impuesto cuando los ingresos superan cuatro veces el salario medio anual para el caso de naciones de este país y de 10 veces el salario medio anual para extranjeros. La tasa de impuesto corporativo se redujo del 20% al 14% en el año de 2002.
7. En Georgia no existe una exención básica.
8. En Paraguay los pagos por impuesto al valor agregado son deducibles.
9. En Macedonia, la tasa de impuesto a los ingresos personales se disminuyó en el 2008 al 10%.
10. En Mongolia, el impuesto al valor agregado se redujo del 15% al 10%. De igual forma, se permite realizar deducciones personales.

Tabla 1

Tasas del impuesto de tasa fija y años de implementación en el mundo

País	Año de introducción del Flat Tax	Tasas del Impuesto al ingreso personal			Tasas del Impuesto al ingreso corporativo		
		Tasa Previa	Introducción del flat tax	2007	Tasa Previa	Introducción del flat tax	2007
Jersey	1940	n.a.		20%	n.a.	n.a.	20%
Hong Kong	1947	n.a.	16%	16%	n.a.	n.a.	17.50%
Guernsey	1960	n.a.	20%	20%	n.a.	20%	0%
Jamaica	1980	n.a.	33.30%	25%	n.a.	33.30%	33.30%
Bolivia	1986	n.a.	10%	13%	n.a.	25%	25%
Estonia	1994	16% - 35%	26%	21%	35%	26%	21%
Lituania	1994	18% - 33%	33%	33%	29%	29%	15%
Letonia	1995	25% y 10%	25%	25%	25%	25%	15%
Rusia	2001	12, 20 y 30%	13%	13%	30%	35%	24%
Serbia	2003	n.a.	14%	14%	14%	14%	10%
Ucrania	2004	10% - 40%	13%	15%	30%	25%	25%
Iraq	2004	Más alta de 75%	15%	15%	n.a.	15%	15%
República Eslovaca	2004	10,20,28,35 y 38%	19%	19%	25%	19%	19%
Georgia	2005	12,15,17 y 20%	12%	12%	20%	20%	20%
Rumania	2005	18% - 40%	16%	16%	25%	16%	16%
Kyrgyzstan	2006	10% - 20%	10%	10%	20%	10%	10%
Paraguay	2006	ninguna	10%	10%	20%	10%	10%
Macedonia	2007	15% - 24%	12%	12%	15%	12%	12%
Islandia	2007	24.75 y 26.75%	22.75%	22.75%	18%	18%	18%
Mongolia	2007	10,20 y 30%	10%	10%	15 y 30%	10 y 25%	10 y 25%
Montenegro	2007	Más alta de 23%	15%	15%	9%	9%	9%
Mauritania	2009		15%	15% - 22.5%	22.50%		22.50%
Tonga	n.a.	n.a.	10%	10%	n.a.	n.a.	15 y 30%

Fuente: Nicodème (2007, p.140) y adicionado con Mauritania por elaboración propia.

Este autor establece que existen muchas diferencias entre los impuestos de tasa fija que se han implementado en los distintos países, por lo que no sería sorprendente que sus efectos pudieran diferir en la práctica. Asimismo, concluye que es imposible pensar que un impuesto de una sola tasa pudiera aplicar para todas las naciones.

Según lo que plantean Keen, Kim y Varsano (2006), el impuesto de tasa fija ha estado más marcado por la retórica y la asertividad que por el análisis y la evidencia, también aseguran que ningún país ha adoptado un impuesto de tasa fija de la forma de Hall y Rabushka.

Asimismo, según lo plantean Evans y Aligica (2008), la literatura sobre el tema del impuesto de tasa fija, se ha centrado específicamente en cómo se ha expandido por el mundo la aplicación de este tipo de impuesto, por lo que ellos argumentan que la incorporación de éste en un marco teórico se encuentra aún en una etapa incipiente.

En México, en el año 2007, como consecuencia de diversos trabajos que se habían realizado a nivel nacional desde el nacimiento de la Convención Nacional Hacendaria en el año de 2004, entre el gobierno federal y el gobierno de las entidades federativas, municipios, organismos independientes, entre otros; surgió lo que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) denominó “Reforma Integral de la Hacienda Pública” y en la que se propusieron reformas a diversos ordenamientos de carácter fiscal, cuyos principales objetivos fueron el establecimiento de un sistema tributario más equitativo, un gasto público transparente y eficaz, el reforzamiento del federalismo fiscal y el incremento en los ingresos públicos.

Dentro de dichas reformas se incluía la Ley de la Contribución Empresarial a Tasa Única (CETU), misma que se encontraba conformada por 22 artículos agrupados en 8 capítulos y en donde se establecía una tasa única aplicable del 19% cuya función sería como un gravamen mínimo en virtud de que se pagaría complementario al Impuesto sobre la Renta. A esta iniciativa de ley se le hicieron modificaciones en el Congreso de la Unión y el día 14 de septiembre de 2007 se aprobó la Ley del Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU), mismo que estuvo vigente desde el año 2008 y hasta el año 2013. Sin embargo, en estructura y determinación, este impuesto era más complejo que el impuesto de tasa única aplicado en los países descritos con anterioridad en virtud de que había especificaciones en función de deducciones, créditos fiscales y acreditamientos que no eran considerados en el esquema de los demás países.

Método

Con el objetivo de determinar las variables que inciden en la recaudación tributaria de los países que aplican un impuesto de tasa fija, se realizará un análisis de regresión múltiple con metodología de datos panel, tomando con referencia datos de estos países y que corresponden a variables fiscales y económicas. Después de realizado el análisis, se observará la importancia que tiene cada una en el modelo de recaudación.

Series de datos

El proceso de obtención de los datos para este análisis, se llevó a cabo a través de la base de estadísticas del Banco Mundial (World Development Indicators, WDI).

La base de datos del Banco Mundial se encuentra conformada por 298 indicadores que incluye información para 209 países y para el período de 1960 a 2010, es importante considerar que la mayoría de los países no tienen series completas de datos por ese período. Los 298 indicadores se encuentran agrupados en 17 rubros, siendo los que se relacionan con esta investigación, el rubro 3. Política económica y deuda externa y el rubro 14. Sector público. De estos dos rubros se extrajeron nueve variables de las señaladas por Martín (2005), como aquellas

que inciden en la recaudación tributaria tomándose el año más reciente para el que existieran datos para la totalidad de los países. Estas variables fueron:

a) VARIABLES FISCALES

1. Ingresos tributarios, (como porcentaje del PIB); 2006 (IngTrib)
2. Impuestos al ingreso, utilidades y capital ganado, (como porcentaje del total de los ingresos tributarios); 2006 (ImpInd)
3. Pagos de impuestos, (cantidad); 2007 (Pagos)
4. Tiempo para determinar y pagar impuestos (horas); 2007 (Tiempo)
5. Tasa total de impuesto (como porcentaje de las utilidades comerciales); 2007 (TasaTot)

b) VARIABLES ECONÓMICAS

6. Gasto (como porcentaje del PIB); 2006 (Gasto)
7. PIB (millones de dólares corrientes); 2006 (PIB)
8. Ahorro (millones de dólares corrientes); 2006 (Ahorro)
9. Formación bruta de capital (millones de dólares corrientes); 2007 (FormCap)

Las variables a considerar se tomaron para un grupo de 17 países que han implementado un impuesto de tasa fija y de los cuales existían datos suficientes para realizar el análisis, estos fueron: 1. Bolivia, 2.

Estonia, 3. Georgia, 4. Hungría, 5. República de Kyrgyz, 6. Letonia, 7. Lituania, 8. Macedonia, 9. Mauritius, 10. México, 11. Mongolia, 12. Paraguay, 13. Rumania, 14. Rusia, 15. Serbia, 16. República Eslovaca y 17. Ucrania.

Descripción de la metodología de datos panel

La metodología de datos panel permite combinar datos, según Mayorga y Muñóz (2000), con dimensión temporal y estructural; es decir, se lleva a cabo al mismo tiempo un análisis de corte transversal y uno longitudinal, obteniendo con ello una muestra de datos más amplia. De acuerdo a estos autores “el principal objetivo de aplicar y estudiar los datos en panel, es capturar la heterogeneidad no observable, ya sea entre agentes económicos o de estudio, así como también en el tiempo, dado que esta heterogeneidad no se puede detectar ni con estudios de series temporales ni tampoco con los de corte transversal”.

A efecto de realizar el análisis se utilizará la metodología llevada a cabo por Rodríguez (2004), donde establece el siguiente modelo de regresión:

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_i X_{it} + \epsilon_{it}$$

donde, $i = 1, 2, \dots, 6$ unidades de corte transversal (países seleccionados) y $t = 1, 2, \dots, 18$ años (1990-2007). La variable dependiente Y_{it} puede estar representada por la recaudación tributaria. Por otra parte, las variables independientes X_{it} estarán determinadas por las 11 variables establecidas previamente y clasificadas en: fiscales, económicas y de cultura fiscal. Los parámetros α_{it} y β_i son la constante y la pendiente de la línea de regresión; el término ϵ_{it} es el error de estimación con $\epsilon_{it} \sim N(0, 1)$.

Para estimar los coeficientes betas (β_i) se usará el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) bajo la corrección de corte transversal ponderado, debido a que frecuentemente en los modelos de corte transversal las varianzas se ven afectadas por los valores de las variables, cumpliéndose el fenómeno llamado heteroscedasticidad. Esta característica repercute en los estimadores, que aunque son insesgados y consistentes, no son óptimos; esto origina sesgos en el cálculo de las varianzas muestrales y en la aplicación incorrecta de los contrastes de significancia estadística.

Para estimar los coeficientes de las medidas se empleó el programa e-views, ya que esta herramienta corrige la heteroscedasticidad usando un corte transversal ponderado.

De acuerdo a (Mayorga M. & Muñoz S., 2000), la técnica de datos panel posee ventajas y desventajas que hacen que esta técnica sea mejor a otros tipos de análisis que son exclusivamente de corte transversal o solamente longitudinal. Entre las ventajas se encuentran: a) se dispone de un mayor número de observaciones, lo que reduce la colinealidad (los predictores del modelo están correlacionados) e incrementa los grados de libertad; b) permite capturar la heterogeneidad entre unidades de estudio como

de tiempo; c) permite estudiar de una mejor manera la dinámica de los procesos de ajuste; d) permite elaborar y probar modelos más complejos en comparación con los de series de tiempo y de corte transversal. Por el contrario, la principal desventaja de la utilización de la técnica de datos panel, es la dificultad para la obtención y procesamiento de la información estadística, ya que es complicado obtener datos uniformes por el mismo período para la totalidad de países o unidades que se están estudiando.

Resultados

El análisis de regresión arrojó el siguiente resultado:

Tabla 2

Análisis de regresión con datos panel

Variable dependiente: INGTRIB

	Coefficiente	Error Estándar	Estadístico t	p-value
<i>CAPITAL</i>	-0.001273	0.000316	-4.024014	0.0007
<i>GASTO</i>	0.489481	0.082185	5.955878	0.0000
<i>PIB</i>	0.000260	6.39E-05	4.062645	0.0007
<i>TASATOT</i>	-0.065380	0.024564	-2.661598	0.0154
<i>Constante</i>	8.433150	1.675723	5.032546	0.0001
R²	0.695724			
R² ajustada	0.631666			

Durbin-Watson 1.335387

Fuente: Elaboración propia utilizando Eviews.

El mejor escenario resultante del análisis se obtuvo manteniendo las variables: formación bruta de capital, gasto, PIB y tasa total del impuesto como porcentaje de las utilidades comerciales; observándose que los cuatro coeficientes resultan significativos y que dicho modelo tiene un coeficiente de correlación del 0.69 y un coeficiente de correlación ajustado de 0.63; lo que indica que las variables consideradas en el análisis explican en un 63% la recaudación tributaria.

En función de lo anterior, la ecuación de regresión se establecería de la siguiente forma:

INGTRIB_{it} = 8.4331_{it} - 0.0012CAP_{it} + 0.4894GASTO_{it} + 0.0002PIB_{it} - 0.0653TASATOT_{it} + E_{it}					
t	5.0325	-4.0240	5.9558	4.0626	-2.6615
p-value	0.0001	0.0007	0.0000	0.0007	0.0154

En la ecuación de regresión múltiple se expresa primeramente la constante o punto de intersección con el eje de las ordenadas (5.0325) y posteriormente los coeficientes betas (β_i) estimados para cada una de las variables, al final el error estándar es la medida de variabilidad de la regresión que indica la proporción de la recaudación tributaria que no está explicada por las variables incluidas en el análisis.

Coefficiente de determinación (r^2)

El coeficiente de correlación en una regresión, mide de acuerdo a (Lind, Marchal, & Mason, 2004), “la fracción de la variación en la variable dependiente que se explica por medio del conjunto de variables

independientes”. Considerando lo anterior, el 63% de las variaciones en la recaudación tributaria es explicado por las 9 variables consideradas en el análisis. El valor $p < 0.05$ señala que el análisis es significativo.

Estadístico Durbin – Watson

Este estadístico se usa para detectar la autocorrelación entre las variables del modelo, midiendo la correlación entre los residuos de la regresión. En el caso del análisis realizado, el estadístico Durbin Watson que se obtuvo fue de 1.335387. Al analizar los parámetros de dicho indicador, se tiene que si el valor es cercano a 2, los residuos no están correlacionados; si es próximo a 4, los residuos están autocorrelacionados de forma negativa; y si se aproxima a 0, estarán positivamente correlacionados. El estadístico se encuentra más cercano al 2 que al 0, por lo que se asume que no existe autocorrelación entre los residuos de la regresión. Es importante considerar que los residuos de una regresión, no deben presentar un patrón entre ellos. De lo anterior, se puede concluir que los residuos de la regresión realizada para el análisis con datos panel, no se encuentran correlacionados entre sí, lo cual puede concluir en que la regresión resultaría válida para evaluar la significancia de las variables explicativas en la recaudación tributaria.

Conclusiones

En el presente artículo se llevó a cabo una descripción del impuesto de tasa fija explicando que éste es un impuesto directo que se aplica sobre los ingresos de las personas físicas o las utilidades de las personas morales, se hizo un análisis comparativo entre los países que lo han implementado y las tasas a las que se ha establecido, las cuales varían desde el 10% y hasta el 35%. Asimismo, se estableció que en virtud de que no han sido elaborados artículos cuantitativos que estudien su factibilidad en función de la recaudación tributaria, en este estudio se realizó un análisis de regresión múltiple con datos panel de 17 países y 9 variables de tipo económico y fiscal.

El análisis de regresión múltiple (una variable dependiente y dos o más variables independientes), se realiza con la finalidad de que a partir de diversas series de datos se puedan calcular estimadores (las betas, β_i), también llamados coeficientes de las variables; que representen valores que se aproximen a los verdaderos valores que tendrían en el entorno que se está estudiando. Al utilizar el método de mínimos cuadrados, el análisis selecciona la línea estimada en la que la suma del cuadrado de los residuales es menor.

Para efectos del modelo analizado, se concluye que las variables de: a) formación bruta de capital (millones de dólares corrientes), gasto (como porcentaje del PIB), PIB (millones de dólares corrientes) y tasa total del impuesto (como porcentaje de las utilidades comerciales); explican entre un 63% de la variación en la recaudación tributaria.

Bibliografía

- Evans, A. J., & Aligica, P. D. (2008). The Spread of the Flat Tax in Eastern Europe. *Eastern European Economics*, 49-67.
- Forbes, S. (2005). *Flat Tax Revolution. Using a Postcard to Abolish the IRS*. Washington, D.C.: Regnery Publishing, Inc.
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom* (3a. (2002) ed.). Chicago, EUA: The University of Chicago Press.
- Hall, R. E., & Rabushka, A. (2007). *The Flat Tax* (2a. ed.). California: Hoover Institution Press.
- Keen, M., Kim, Y., & Varsano, R. (2006). *The Flat Tax(es): Principles and Evidence*. Fondo Monetario Internacional.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Mason, R. D. (2004). *Estadística para Administración y Economía* (11a. ed.). México: Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.
- Martín, F. R. (2005). *El Método Directo de Proyección de los Ingresos Tributarios. Un Modelo para su Aplicación*. Recuperado el 2010, de Estimaciones Tributarias: <http://www.estimacionestributarias.com/archivos/Metodo%20de%20Proyecc%20Ingresos%20Tributarios%20publicado%20nvo%20formato.pdf>
- Mayorga M., M., & Muñoz S., E. (2000). *La Técnica de Datos Panel: Una Guía para su Uso e Interpretación*. Recuperado el 2010, de Banco Central de Costa Rica: <http://www.bccr.fi.cr/ndie/Documentos/NT-05-2000.PDF>
- Mitchell, D. J. (2008). *The Global Flat Tax Revolution: Lessons for Policy Makers*. Recuperado el abril de 2010, de Center For Freedom and Prosperity: www.freedomandprosperity.org/Papers/flattax/flattax.pdf
- Nicodème, G. (2007). Flat Tax: Does One Rate Fit All? *Intereconomics*, 138-142.
- Rodríguez García, M. d. (2004). *Análisis Crítico de las Medidas de Creación de Valor y una Propuesta con base en Mapas Cognitivos Borrosos. El caso de la industrial textil mexicana*. Barcelona.



ANÁLISIS CRÍTICO DE LOS MÉTODOS DE VALORACIÓN DE EMPRESAS Y SU APLICACIÓN PRÁCTICA

Isela Alanís Aguilar

Facultad de Contaduría Pública y Administración (México)

alanisisela1@hotmail.com

*José Guadiana 955, Col Real de Palmas, Sabinas Hidalgo, Nuevo León, México,
(824)2427307.Mexicana*

Fecha de envío: 18/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

Resumen

Existen diferentes métodos para llevar a cabo la valoración de la empresa, cada uno con mayor o menor grado de sofisticación. El objetivo de este artículo es analizar las diferentes metodologías, las cuales tienen sus respectivas ventajas y desventajas. En este documento se hace un análisis crítico de los métodos de valoración basados en el balance de la empresa, aquellos basados en la cuenta de resultados y por último los que se basan en el descuento de flujos, encontrándose con la revisión de la literatura llevada a cabo, que este último el más utilizado en la práctica.

Palabras clave: valoración de empresas, métodos basados en el balance, métodos basados en la cuenta de resultados, descuento de flujos.

1. Introducción

En los últimos años la valoración de las empresas se ha convertido en una de las disciplinas de las finanzas que ha suscitado gran interés. Es una disciplina compleja que presenta problemáticas singulares en su aplicación. La importancia de este estudio es que con este trabajo se pretende dar una visión de los modelos más aceptados dentro del ámbito profesional sobre la valoración de empresas. La valoración de empresas corresponde a un trabajo que requiere conocimientos técnicos y la experiencia necesaria para aproximar un rango de valores dentro del cual existe la mayor probabilidad de que se encuentre el valor de una empresa en marcha. Como tal existen diferentes metodologías, las cuales tienen sus respectivas ventajas y desventajas que, al utilizarse en la valoración de un negocio, generan una información que adecuadamente analizada y evaluada permite alcanzar la estimación de un rango de valores para la empresa en estudio.

Si bien existe una amplia variedad de métodos que se pueden utilizar para la valorización de empresas, la utilidad de cada uno es distinta, lo que obliga a ser muy cuidadosos en la elección del método, ya que de ello dependerá la validez y aplicabilidad de los resultados obtenidos con la valoración.

Este trabajo tiene por objeto presentar la descripción de los métodos de valoración de la empresa basados en el balance general, aquellos basados en la cuenta de resultados y los basados en el descuento de flujos, la aplicación práctica, la metodología utilizada para el análisis de información así como los resultados obtenidos de la revisión de la literatura.

2. Marco Teórico

La valoración depende de los propósitos que la empresa persiga, Fernández (2005) realiza diferentes clasificaciones considerando este criterio:

1. Operaciones de compra y venta:

- para el comprador: la valoración le indica el precio máximo a pagar.
- para el vendedor: la valoración le indica el precio mínimo por el que debe vender.

También le proporciona una estimación de hasta cuánto pueden estar dispuestos a ofrecer distintos compradores.

2. Valoraciones de empresas cotizadas en bolsa:

- la valoración sirve para comparar el valor obtenido con la cotización de la acción en el mercado y decidir: vender, comprar o mantener las acciones.
- la valoración de varias empresas sirve para decidir en qué valores concentrar su cartera: aquéllos que le parecen más infravalorados por el mercado.
- la valoración de varias empresas y su evolución sirve para establecer comparaciones entre ellas y adoptar estrategias.

3. Salidas a bolsa: la valoración es el modo de justificar el precio al que se ofrecen las acciones al público.

4. Herencias y testamentos: la valoración sirve para comparar el valor de las acciones con el de los otros bienes.

5. Sistemas de remuneración basados en la creación de valor: la valoración de una empresa o una unidad de negocio es fundamental para cuantificar la creación de valor atribuible a los directivos que se evalúa.
6. Identificación de los impulsores de valor (*value drivers*):
 - el proceso de valoración de una empresa o una unidad de negocio es esencial para identificar y jerarquizar los principales *value drivers*.
 - la valoración permite identificar las fuentes de destrucción y creación de valor.
7. Decisiones estratégicas sobre la continuidad de la empresa:
 - la valoración de una empresa y de sus unidades de negocio es un paso previo a la decisión de: seguir en el negocio, vender, fusionarse, ordeñar, crecer o comprar otras empresas.
8. Planificación estratégica:
 - la valoración de la empresa y de las distintas unidades de negocio es fundamental para decidir qué productos/líneas de negocio/países/clientes: mantener, potenciar o abandonar.
 - la valoración permite medir el impacto de las posibles políticas y estrategias de la empresa en la creación o destrucción de valor.
9. Proceso de arbitraje:
 - la valoración de la empresa es un requisito a presentar por las partes en disputa sobre precios.
 - la valoración mejor sustentada suele ser la más próxima a la decisión de la corte de arbitraje.

Damodarán (2006), considera tres componentes del proceso de valoración a los cuales se les debe poner más atención: (1) el sesgo que el analista aporta al proceso; el sesgo en valoración

empieza con las compañías que escogemos para evaluar, (2) la incertidumbre con que tiene que lidiar; analistas deberían tratar de enfocarse en hacer sus mejores estimaciones de la información específica de una empresa, (3) la complejidad que la tecnología moderna y de fácil acceso a la información se ha introducido en la valoración. Una pregunta fundamental a la que nos enfrentamos cuando se hacen valoraciones es cuánto detalle deberíamos incluir en una valoración.

Fernández (2005) Clasifica los métodos de valoración de las empresas en seis grupos:

- Balance: valor contable, valor contable ajustado, valor de liquidación, valor sustancial.
- Cuenta de resultados: múltiplos de beneficios Relación Precio Ganancia (PER, por sus siglas en inglés), múltiplos de ventas, múltiplos Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDA, por sus siglas en inglés), otros múltiplos
- Mixtos (*Goodwill*): clásico, unión de expertos contables europeos, renta abreviada, otros
- Descuento de Flujos: Free cash flow, cash flow acciones, dividendos, capital cash flow, Valor Presente Ajustado (APV, por sus siglas en inglés).
- Creación de Valor: Economic Value Added (EVA), por sus siglas en inglés), Beneficio económico, cash flow added, Cash Flow Return in Investment (CFROI, por sus siglas en inglés).
- Opciones: Black and Scholes, opciones de invertir, ampliar el proyecto, aplazar la inversión, usos alternativos

Por su parte, Damodaran (2006) divide la valoración en 3 rubros: El primero, flujo de caja descontado, se relaciona al valor de un activo con el valor presente de los flujos de caja futuros de ese activo. El segundo, la valoración relativa, estima el valor de un activo al fijar el precio o

los activos comparables con respecto a una variable común como los ingresos, flujo de caja, valor en libros o las ventas. Finalmente la valoración contingente, utiliza modelos de precios de opciones para medir el valor de los activos que comparten característica de opciones.

Para Fabregat (2009), la clasificación de los métodos de valoración es la siguiente:

- Estáticos – Se basan en el Balance.
- Dinámicos – Flujos de caja Descontados y el de los dividendos (Método Gordon).
- Compuestos – Visión Estática y Dinámica de la empresa.
- Múltiplos – PER, Valor de mercado sobre el Valor Contable, Valor de los activos (EV)

El modelo adecuado para valorar a las empresas en el caso mexicano depende del sector que se valúe y el indicador utilizado (Saavedra, 2008).

2.1 Métodos basados en el balance de la empresa

Estos métodos tratan de determinar el valor de la empresa a través de la estimación del valor de su patrimonio. Las principales debilidades de estos métodos de valoración se dan porque proporcionan el valor desde una perspectiva estática que, por tanto, no tiene en cuenta la posible evolución futura de la empresa, el valor temporal del dinero, ni otros factores que también le afectan como pueden ser: la situación del sector, problemas de recursos humanos, de organización, contratos, entre otros, que no se ven reflejados en los estados contables (Fernández, 2005). Estos métodos tienen la ventaja de la sencillez (Martínez, 2001).

2.1.2. Valor Contable

Valor contable, esta cantidad es la diferencia entre el activo total y el pasivo exigible, es decir, el excedente del total de bienes y derechos de la empresa sobre el total de sus deudas con

terceros (Fernández, 2005). Por su parte Martínez (2001) dice que el valor nominal consiste en valorar la empresa por el valor nominal de sus acciones, y que su utilidad práctica es mínima.

2.1.2. Valor contable ajustado

Este método trata de salvar el inconveniente que supone la aplicación de criterios exclusivamente contables en la valoración. Cuando los valores de los activos y pasivos se ajustan a su valor de mercado, se obtiene el patrimonio neto ajustado (Fernández, 2005).

2.1.3. Valor de liquidación

Para Fernández (2005) el valor de liquidación, es el valor de una empresa en caso de que se proceda a su liquidación, es decir, que se vendan sus activos y se cancelen sus deudas. Este valor se calcula deduciendo del patrimonio neto ajustado los gastos de liquidación del negocio (indemnizaciones a empleados, gastos fiscales y otros gastos propios de la liquidación). Salvo para empresas que desaparezcan no tiene especial utilidad, para aquellas empresas que permanezcan en funcionamiento podemos calcular un valor aproximado de liquidación, que representa el valor mínimo de enajenación (Martínez, 2001).

En general, el valor de liquidación no se considera un método de valoración adecuado para un negocio en marcha, debido a que parte del valor de la empresa dependería de la continuidad del negocio en operación. Esto proveerá una estimación más baja de valoración. (Vinturella y Erickson, 2013).

2.1.4. Valor sustancial

El valor ajustado, que suele denominarse “valor sustancial”, será la diferencia entre el valor ajustado de los activos y la deuda total (Fabregat, 2009).

Representa la inversión que debería efectuarse para constituir una empresa en idénticas condiciones a la que se está valorando. También puede definirse como el valor de reposición de los activos, bajo el supuesto de continuidad de la empresa, por oposición al valor de liquidación. Normalmente no se incluyen en el valor substancial aquellos bienes que no sirven para la explotación (terrenos no utilizados, participaciones de otras empresas, etc.) (Fernández, 2005).

2.2. Métodos basados en la cuenta de resultados de la empresa

La valoración por múltiplos es una metodología que consiste en encontrar una relación entre el valor de la empresa y alguna otra variable que permita extrapolar los resultados a otras variables o simplemente comparar los ratios en la empresa que estamos analizando con otras compañías de características similares para tomar decisiones de compra o de venta de títulos o incluso de la totalidad de la empresa (Fabregat, 2009).

El objeto de la valoración relativa, es valorar un activo basado en cómo activos similares se están valuando actualmente en el mercado. Hay dos componentes de la valuación relativa, la primera es que para evaluar activos sobre una base relativa, los precios tienen que estar estandarizados, por lo general mediante la conversión de los precios en múltiplos de algunas variables comunes. El segundo componente es encontrar activos similares, lo cual es difícil, ya que no hay dos activos exactamente iguales. Mientras que la valoración relativa es fácil de usar e intuitiva, es también fácil que se emplee mal. (Damodaran 2006)

2.2.1. Múltiplos de Beneficio PER

El PER es el cociente entre la cotización de un título y su beneficio por acción después de impuestos (Fabregat, 2009). El PER es el resultado de dividir el precio de todas las acciones

(capitalización bursátil) entre el beneficio de la empresa: $PER = \text{Precio de todas las acciones} / \text{Beneficio de la empresa}$. (Fernández, 2005).

Un PER alto podría significar que el título está caro o que el mercado en general cree que los beneficios de la empresa crecerán a futuro. Por el contrario, un PER bajo puede significar que el mercado espera que la compañía no pueda mantener sus actuales niveles de beneficio en el futuro y anticipa una caída de los mismos (Fabregat, 2009).

Es uno de los ratios más utilizados por los inversores debido a la facilidad para obtener estimaciones futuras del valor. Así mismo sus valores pueden estar distorsionados por las diferentes políticas contables de los estados dónde se aplican o por el apalancamiento financiero de las empresas (Casanovas y Santandreu, 2011).

2.2.2. Múltiplos de las Ventas

Este método de valoración, empleado en algunos sectores con cierta frecuencia, consiste en calcular el valor de una empresa multiplicando las ventas por un número (Fernández, 2005). Una ventaja de los múltiplos de ventas sobre múltiplos de utilidades y múltiplos de valor contable es hay menos sesgo en el proceso de comparación (Damodaran, 2006).

2.2.3. Otros múltiplos

Los principales retos en la realización de una valoración múltiple mercado son (1) la identificación de las empresas comparables adecuados que tienen un precio similar a la empresa objeto de valoración y (2) hacer los ajustes necesarios a los números financieros que se utilizan para medir los múltiplos de mercado de las empresas comparables así como los utilizados para valorar la empresa de interés. El riesgo y el crecimiento son los determinantes principales de la

comparabilidad de las empresas cuando se utilizan flujo de caja libre relacionados con múltiplos, y este resultado implica que a la hora de identificar las empresas comparables, los analistas deben identificar compañías comparables sobre la base de al menos estos dos generadores de valor. Un conductor de valor puede afectar a un múltiplo al afectar el numerador (valor de mercado) del múltiplo, el denominador del múltiplo o el numerador y el denominador en diferentes proporciones. Muchos múltiplos se ven afectados por los conductores de valor, tales como la estructura de costos y requerimientos de capital y de gastos de capital de trabajo. (Holthausen y Zmijewski, 2012).

Los inversores y los analistas utilizan los múltiplos de ganancias (precio-ganancias) los utilizan para hablar de cómo valorar empresas. Las únicas empresas comparables adecuadas para el propósito del análisis de múltiplos, son las que compiten en los mismos mercados, están sujetos a las mismas fuerzas macroeconómicas, y tienen niveles similares de crecimiento y rentabilidad del capital (Foushee, et al, 2012).

De acuerdo a Vinturella y Erickson (2013), los métodos más comunes utilizados en la práctica son los múltiplos de mercado, en este método, el valor de la empresa se basa típicamente en la observación del valor de mercado de una compañía comparable, que puede ser el precio de mercado de un valor que cotiza en la bolsa o una transacción real de venta de una compañía privada comparable.

2.3. Métodos basados en descuento de flujos

Los flujos de caja son clave para las valuaciones de descuentos de flujos de caja. Para estimar los flujos de caja se empieza con una medida de ganancias. Técnicas de descuento de flujos de caja son más comúnmente utilizadas en adquisiciones y finanzas corporativas. La

valoración de descuento de flujos de caja puede ser manipulada para generar estimaciones de valor que no tienen ninguna relación con el valor intrínseco (Damodaran 2006).

La valoración de un activo en particular o de toda una organización, puede ser realizada financieramente de acuerdo con la corriente de efectivo que generará a lo largo de su vida, por lo que es importante, al momento de valorar una empresa, indagar sobre la capacidad que ésta tendrá para generar flujos de efectivo que puedan utilizarse libremente (Gallegos y Medina, 2008).

De acuerdo a Fernández (2005) los métodos conceptualmente “correctos” para valorar empresas con expectativas de continuidad son los basados en el descuento de flujos de fondos.

2.3.1. Flujo de efectivo libre

Mientras que la construcción teórica del flujo de fondos libre es generalmente aceptado en la literatura de las finanzas como un motor fundamental de valor, en la práctica existe un considerable desacuerdo sobre cómo debe definirse y medirse. (Awasthi, et al., 2013)

La valoración de un activo en particular o de toda una organización, puede ser realizada financieramente de acuerdo con la corriente de efectivo que generará a lo largo de su vida, por lo que es importante, al momento de valorar una empresa, indagar sobre la capacidad que ésta tendrá para generar flujos de efectivo que puedan utilizarse libremente.

El cálculo de valor de la empresa con este método requiere detallar las dos variables clave del mismo que son los flujos de caja y la tasa de actualización. En cuanto al flujo de caja total, se define como el flujo de caja que se obtendría de la empresa, después de satisfacer los impuestos sobre el beneficio, si la empresa no tuviera deuda financiera (Fabregat, 2009).

Para Saavedra (2007) el método flujo de fondos libre también se le conoce como el modelo de Flujo de Efectivo Disponible (FED) que es el más conocido y usado en el medio mexicano. El modelo de FED es uno de los principales modelos de valuación de empresas en el medio financiero. Este modelo determina el valor de la empresa por la capacidad de generación de flujos de efectivo y no por las utilidades. Para implementar el modelo de flujo de efectivo disponible para la valuación de empresas es necesario llevarlo a cabo en las siguientes etapas: (1) determinar el flujo de efectivo disponible, (2) calcular la tasa de descuento apropiada, (3) calcular el valor continuo.

Los métodos basados en el descuento de flujos, utilizan el valor temporal del dinero para calcular el valor de una empresa. El sistema actualiza flujos previsionales futuros, que descuenta a una tasa de interés de acuerdo con el riesgo atribuible al negocio. También los valoradores de activos utilizan a menudo este modelo para estimar el valor de mercado de un proyecto (Casanovas y Santandreu, 2011).

El flujo de fondos libre es el flujo de fondos operativo, es el flujo de fondos generado por las operaciones sin tener en cuenta el endeudamiento (deuda financiera) después de impuestos. Es el dinero que quedaría disponible en la empresa después de haber cubierto las necesidades de reinversión en activos fijos y sus necesidades operativas de fondos, suponiendo que no existe deuda y que, por tanto, no hay cargas financieras. (Fernández, 2005).

2.3.2 El flujo de efectivo disponible para las acciones

Mientras que el flujo disponible para las acciones se calcula restando al flujo de fondos libre los pagos de principal e intereses (después de impuestos) que se realiza en cada periodo a los poseedores de la deuda, y sumando las aportaciones de nueva deuda. Es, en definitiva, el

flujo de fondos que queda disponible en la empresa después de haber cubierto las necesidades de reinversión en activos fijos y en necesidades de fondos operativos y de haber abonado las cargas financieras y devuelto el principal de la deuda que corresponde (Fernández, 2005).

2.3.3 Capital Cash Flow

Se denomina Capital Cash Flow a la suma del cash flow de los poseedores de deuda más el cash flow para las acciones. El cash flow para los poseedores de deuda se compone de la suma de los intereses más la devolución del principal (Fernández, 2005).

2.3.4 Valor presente ajustado

El modelo APV es similar al modelo descuento de flujos de caja de la empresa, como el modelo DCF, el modelo APV descuenta el flujo libre de caja para estimar el valor de las operaciones, y finalmente el valor de la empresa, una vez que los activos operativos se adicionan. De este valor de la empresa, el valor de la deuda se deduce para llegar a un valor patrimonial (Copeland et al., 2000). Para Damodarán (2006) el modelo APV empieza con el valor de la empresa sin deuda. A medida que se agrega deuda a la empresa, se considera el efecto neto del valor considerando ambos los beneficios y los costos de los préstamos. Para hacer esto, suponemos que el beneficio primario del préstamo es el beneficio de los impuestos y que el costo más significativo del préstamo es el riesgo adicional de bancarrota.

El modelo APV es útil para valuación de empresas con cambios en su estructura de capital como objetivos con compras apalancadas (Copeland et al, 2000).

Aplicación práctica

Pereiro (2006) analiza para Argentina la aplicación de técnicas de valoración tradicionales a los mercados emergentes, encuentra que: a) técnicas de flujo de caja descontado muy populares entre las empresas y los asesores financieros; b) el Capital Asset Pricing Model (CAPM, por sus siglas en inglés) es el modelo de valoración de activos más popular, sin embargo, se modifica con frecuencia para tener en cuenta los riesgos específicos de cada país; c) análisis de presupuesto de capital se realizan en dólares estadounidenses por parte de empresas distintas al dólar; d) los asesores financieros tienden a aplicar estadounidense betas para el mercado emergente, sin embargo, rara vez se ajustan betas de asimetrías transfronterizas; y e) las empresas tienden a no tener en cuenta los efectos del tamaño y falta de liquidez. La valoración relativa a través de múltiplos no es muy popular entre empresas Argentinas.

Saavedra (2007), encuentra que el modelo de Flujo de Efectivo Disponible sigue una tendencia muy similar al precio de mercado, lo cual estaría indicando a este modelo como el más adecuado para valorar al conjunto de empresas de la muestra que son las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, tomando desde luego el valor de mercado como patrón de referencia. Las principales ventajas de este modelo es que contempla el potencial de crecimiento de la compañía, así como las mejoras en eficiencia, por otro lado, al estar basado en flujos de efectivo, tasas de crecimiento y riesgo, específicos de las empresas, se evita la influencia de los errores de valuación del mercado. Las principales desventajas radican en que se basa sólo en la habilidad de la compañía para generar flujos de efectivo, sin considerar la inversión total, por lo que, si la empresa no cotiza en bolsa, será difícil estimar el riesgo.

Por su parte Miranda y Nichols (2012) proporcionan evidencia empírica de que los inversores no profesionales mexicanos tienen una predisposición al uso de flujos de efectivo en

sus decisiones de valoración, mientras que los inversores estadounidenses no profesionales tienen una predisposición a utilizar las utilidades en la decisiones de valoración.

En un estudio llevado a cabo por Ribeiro y Anson (2007) para empresas brasileñas, los resultados indican que se utiliza con más frecuencia el método basados en el flujo de caja, de acuerdo a lo que nos dice la literatura, ya que este método constituye el único método de valoración conceptualmente correcto y que considera las perspectivas futuras de la empresa. Sin embargo, la utilización del método del flujo de caja puede ser combinada con otro método.

3. Método

Para llevar a cabo este trabajo se hizo búsqueda de la literatura en libros de autores especializados en el tema de valoración de empresas, así como en bases de datos y publicaciones en revistas especializadas.

4. Resultados

Los resultados obtenidos nos muestran que el método más utilizado en la valoración de empresas es el método basado en flujos de efectivo, que es el método de valoración conceptualmente correcto.

Método de Valoración	VARIABLES CLAVE	SEMEJANZAS	DIFERENCIAS
Métodos basados en el balance de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Valor contable 	Se utilizan datos contables en procesos de valoración.	No considera la evolución futura de la empresa, ni el valor del dinero en el tiempo
Métodos basados en la cuenta de resultados de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Múltiplos de ventas • Dividendos • EBIT 	Se utilizan datos o información de la empresa.	No reconoce la capacidad de crecer a distintas tasas, ni el valor del dinero en los flujos generados, no permite incorporar el costo de oportunidad.
Métodos basados en el descuento de flujos	<ul style="list-style-type: none"> • Flujo de efectivo • Costo de capital • Valor continuo • Flujo de la deuda • Tasa de crecimiento para proyectar los flujos futuros 	Se utilizan datos contables en procesos de valoración.	Incorpora información más elaborada y específica en sus cálculos, considera las perspectivas futuras.

Dentro de las semejanzas de los métodos es la utilización de información contables o información de la empresa en sus métodos de valoración. Mientras que la diferencia de los métodos radica en que se incorporan para la valoración el valor del dinero en el tiempo y consideraciones de perspectivas futuras.

5. Conclusiones

Existe una gran variedad de métodos de valoración. El experto debe determinar en cada caso, dependiendo de las características particulares que se encuentre el más adecuado, hay que estar conscientes de que la cifra que arroje un determinado modelo estarán sujeto a la calidad de los datos que se introduzcan al modelo. Además de la elección del método es muy importante la determinación de los parámetros que se van a introducir. Con respecto al grado de utilización de los métodos de valoración la literatura indica que con mayor frecuencia se utiliza el método basado en el descuento de flujos, ya que de acuerdo a la literatura constituye el único método de valoración conceptualmente correcto y que considera perspectivas futuras de la empresa. Consideramos importante añadir que la utilización de un método puede ir complementado con otro método, ya que los procesos de valoración en general envuelven un grado importante de subjetividad.

En este artículo hemos visto los métodos de valoración de las empresas, métodos de valoración basados en el Balance, en el estado de resultados y en el descuento de flujos, explicando cada uno de ellos.

Bibliografía

- Awasthi, V., Chipalkatti, N., & De Mello e. Souza, C. (2013). Connecting Free Cash Flow Metrics to What Matters for Investors: Accuracy, Bias, and Ability to Predict Value. *Journal Of Applied Finance*, 23(2), 104-119.
- Casanovas M. y Santandreu, P. (2011). *Guía práctica para la valoración de empresas*. Barcelona: Profit Editorial.
- Copeland, T., Koller T, & Murrin J. (2000). *Valuation Measuring and Managing the value Company*. (3ra. Edición). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Damodaran, A. (2006). *Damodaran on valuation*. (Segunda Edición) New Jersey: John Wiley and Sons.
- Fabregat J. (2009). *Valoración de empresas: bases conceptuales y aplicaciones prácticas*. Barcelona: Profit Editorial.
- Fernández, J. (2005). *Valoración de empresas*. (3ra. Edición). Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Foushee, N., Koller, S., Mehta, A. (2012). Why bad multiples happen to good companies. *Mckinsey Quarterly*, (3), 23-25.
- Gallegos, C. y Medina, C., (2008). Flujo Efectivo de Libre Disposición: Propuesta de un Nuevo Modelo. *Panorama Socioeconómico*, 26(36), 60-74.
- Holthausen R., Zmijewski, M. (2012). Valuation with Market Multiples: How to Avoid Pitfalls when Identifying and using comparable companies. *Journal of Applied Corporate Finance*, 24(3), 26-38. doi:10.1111/j.1745-6622.2012.00387.x
- Martínez, V. (2001). Métodos clásicos de Valoración de empresas: *Investigaciones Europeas*, 7(3), 49-66.
- Miranda, J.E. y Nichols L. (2012). The use of earnings and cash flows in investment decisions in the U.S. and México: Experimental evidence. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, (21), 198-208.
- Pereiro, L. (2006). The practice of investment valuation in emerging markets: Evidence from Argentina. *Journal of Multinational Financial Management*, (16), 160-183.

Ribeiro, D., y Anson, J.A. (2007). Análisis de los Métodos de Valoración utilizados en la práctica: un estudio con auditores independientes brasileños. *Revista Universo Contábil*. (3) 3, 123-138.

Saavedra, G. (2008). *Valuación de empresas*. (Primera Edición) D.F: Gasca. Sicco Editores.

Saavedra, M (2007). Valoración de empresas cotizadas en México, mediante la metodología del modelo de Flujo de Efectivo Disponible. *Contaduría y Administración*. Trimestre, 223, 91-112.

Vinturella, J., y Erickson, S. (2013). Valuation: Survey of methods. *Raising Entrepreneurial*. Second Edition, 143-174.



ANÁLISIS RETROSPECTIVO DEL ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Autores

Autor: Dr. Armando Mayo Castro

*Dirección: Calle José María Grahan Pons Número 111 Colonia Reforma
Código Postal 86080 Villahermosa, Centro, Tabasco, México*

Correo Electrónico: armando.mayo@ujat.mx

Nacionalidad: Mexicano

Autor: Dr. Andrés Guzmán Sala

*Dirección: Calle Coba Número 14 Fraccionamiento Lagunas I
Código Postal 86019 Villahermosa, Centro, Tabasco, México*

Correo Electrónico: andres.guzman@ujat.mx

Nacionalidad: Mexicano

Autor: Estudiante José Ángel De La Cruz Bocanegra

*Dirección: Calle Ignacio Gutiérrez Número 5 Colonia José María Pino Suarez
Código Postal 86029 Villahermosa, Centro, Tabasco, México*

Correo Electrónico: mr_toluca@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicano

Institución De Adscripción de los Autores: Universidad Juárez Autónoma De Tabasco

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 20/Mayo/2015

RESUMEN

El tercer estado financiero principal de la contabilidad mexicana y mundial, ha sufrido varias transformaciones desde el conocido y viejo “Estado de Origen y Aplicación de Recursos”, pasando por el B4 “Estado de cambios en la situación financiera”, continuando con el B11 y B12 “Estado de cambios en la situación financiera o Estado de flujos de efectivo”, hasta el nuevo NIF B2. Sin embargo, la mayoría de los cambios, ha sido en sus reglas de presentación; en cuanto a las de valuación, se sigue determinando casi como desde el primer día. En este trabajo analizamos su evolución y proponemos su anterior diseño, debido a las complejas formas - fondo actual, y sobre todo, para que sea más utilizado por las empresas pequeñas y medianas que conforman el 95% del total en México.

PALABRAS CLAVE

Estado financiero, Flujos de Efectivo.

INTRODUCCIÓN

Las entidades han sufrido cambios con el paso del tiempo, y las necesidades de información cada día es más demandante por los usuarios de la misma, el objeto de la información financiera es ser útil para la toma de decisiones que le permita al usuario conocer y evaluar a determinada organización.

Los estados financieros principales de una entidad, muestran los resultados y la situación financiera pero no contienen los cambios de un periodo a otro, por eso nos enfocaremos al que se denomina: Estado de cambios en la situación financiera o también llamado estado de flujo de efectivo.

Resaltaremos la importancia de este documento, y lo útil que es en estos tiempos para controlar la entrada y salida de efectivo con el objetivo de la toma de decisiones.

MARCO TEÓRICO

El Flujo de efectivo consiste en hacer un estudio o análisis de cada una de las partidas con incidencia en la generación del mismo, cuyos datos pueden ser de gran utilidad para el diseño de políticas y estrategias encaminadas a realizar una utilización de los recursos de la empresa de forma más eficiente.

Un problema frecuente en las pequeñas empresas es la falta de liquidez para cubrir necesidades inmediatas, por lo que se recurre frecuentemente a particulares para solicitar préstamos a corto

plazo y de muy alto costo. Una forma sencilla de planear y optimizar a corto y mediano plazo las necesidades de recursos, consiste en calcular el flujo de efectivo de un negocio.

Hay que tomar en cuenta que la administración del efectivo es de principal importancia en cualquier negocio, porque es el medio para obtener mercancías y servicios. Se requiere una cuidadosa contabilización de las operaciones con efectivo debido a que este rubro puede ser rápidamente invertido. La administración del efectivo generalmente se centra alrededor de dos áreas: el presupuesto de efectivo y el control interno de contabilidad.

El flujo de efectivo permite anticipar:

- Cuándo habrá un excedente de efectivo, y tomar la decisión del mejor mecanismo de inversión a corto plazo.
- Cuándo habrá un faltante de efectivo, y tomar a tiempo las medidas necesarias para definir la fuente de fondeo que puede ser: recursos del propietario o, en su caso, iniciar los trámites necesarios para obtener préstamos que cubran dicho faltante y permitan la operación continua de la empresa
- Cuándo y en qué cantidad se deben pagar préstamos adquiridos previamente.
- Cuándo efectuar desembolsos importantes de dinero para mantener en operación a la empresa.
- De cuánto se puede disponer para pagar prestaciones adicionales a los trabajadores (como aguinaldos, vacaciones, reparto de utilidades, etcétera).
- De cuánto efectivo puede disponer el empresario para sus asuntos personales sin que afecte el funcionamiento normal de la empresa.

El objetivo del flujo de efectivo es determinar la capacidad de la empresa, entidad o persona para generar los recursos que le permita cumplir con sus obligaciones inmediatas y directas, para sus proyectos de inversión y expansión. Además, este flujo de efectivo permite hacer un análisis de cada una de las partidas que inciden en la generación de efectivo, el cual puede ser de gran utilidad para elaborar políticas y estrategias que permitan a la empresa cumplir con sus metas financieras.

Ahora se verá por qué el flujo de efectivo es tan importante. En síntesis es la sangre de una compañía y elemento esencial de su existencia lo cual indica si una empresa puede o no pagar sus pasivos.

Cabe resaltar que la elaboración del flujo de efectivo posibilita la gestión de las finanzas, contribuye a la toma de decisiones y facilita el control de los egresos para mejorar la rentabilidad.

Cuando se realiza el análisis de la situación financiera de una compañía, es normal prestar especial atención a las cuestiones operacionales y rentables, apoyándose en los datos obtenidos a partir de la Cuenta de Resultados (cuyo objetivo principal es informar si una empresa produce ganancias o pérdidas). Es muy frecuente que dicho estudio incluya cotejos con años anteriores, con objetivos que se hayan preestablecido o con el estado de otras firmas del mismo sector.

CONTENIDO

En septiembre de 1971 el Instituto Americano de Contadores públicos en su opus 19 creó el Estado de Origen y Aplicación de Recursos, que en Enero de 1974 llega a México como el principio de contabilidad generalmente aceptado o boletín B-4. Al tradicional estado de origen y aplicación de recursos se le dio el nombre de Estado de cambios en la situación financiera en el

Boletín B-4. En épocas de estabilidad económica, la información que proporcionaba este estado que daba énfasis al capital de trabajo conduce a conclusiones no muy diferentes de las que se obtendrían en base al flujo de efectivo; sin embargo, en épocas de problemas de liquidez no es así, puesto que la empresa puede ser rentable pero ir a la quiebra.

Debido a la situación donde la empresa carece de liquidez, en 1985 el Instituto Mexicano de Contadores Públicos publica el Boletín B-11: Estado de Cambios en la Situación Financiera en Base al Flujo de Efectivo, derogando al Boletín B-4.

Debido a que el Boletín B-10 relacionado con la inflación se formuló un año después de concluido el Boletín B-11, lógicamente algunas disposiciones contenidas en este último no contemplaban aspectos relacionados con la pérdida del poder adquisitivo de la moneda, por lo que en primera instancia el Instituto Mexicano de Contadores Públicos expidió la Circular 27 en donde daba recomendaciones para el Boletín B-11 y más tarde al expedirse el tercer documento de adecuaciones al Boletín B-10 obliga a presentar Estados Financieros con cifras de un mismo poder adquisitivo por lo que se renueva, con la emisión del Boletín B-12: Estado de Cambios en la situación Financiera que considera los efectos de la inflación, es decir, el cambio de efectivo a pesos constantes.

El Boletín B-12 deja sin efecto al Boletín B-11 y a la circular 27. Sus disposiciones fueron obligatorias a partir del 1ro de enero de 1990 y hasta el 31 de diciembre de 2007 en virtud de que en el mes de noviembre de 2007 fue aprobada por el concejo emisor de las normas de información financiera denominada B-2: Estado de Flujo de Efectivo misma que entra en vigor a partir del 1ro de enero de 2008, norma que deja sin efecto al Boletín B-12.

En cuanto al Boletín B-12 los recursos generados o utilizados durante el periodo se deben clasificar de acuerdo en las siguientes tres áreas principales:

- De operación
- De financiamiento
- De inversión

Para la NIF B-2 la empresa debe clasificar y presentar los flujos de efectivo, según la naturaleza de los mismos y son de acuerdo a sus:

- Actividades de operación
- Actividades de inversión
- Actividades de financiamiento

De acuerdo al cambio que hace la NIF B-2 toma en cuenta como un indicador de la medida en las que estas actividades han generado fondos líquidos suficientes para mantener la capacidad de la operación de la entidad, para efectuar nuevas inversiones sin recurrir a fuentes externas de financiamiento y, en su caso, para pagar préstamos y dividendos.

Podemos decir que el análisis del estado de flujos de efectivo debe presentar información pertinente y concisa relativa a los ingresos y desembolsos de efectivo durante un periodo determinado para que los usuarios de los estados financieros tengan elementos adicionales para examinar, evaluar la liquidez y solvencia de la empresa, la capacidad de la empresa para generar flujos futuros de efectivo, determinar el financiamiento interno y externo y analizar los cambios presentados en el efectivo.

Tabla 1

Diferencia entre el Boletín B-12 y la NIF B-2

ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA B-12

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO NIF B-2

- | | |
|---|---|
| 1. Muestra los cambios ocurridos en la estructura financiera de la entidad en un periodo determinado. | 1. Muestra las entradas y salidas que representan origen y aplicación de recursos en un periodo. |
| 2. No se eliminan los efectos de la inflación en entornos inflacionarios. | 2. En un entorno inflacionario elimina los efectos de la inflación reconocidos en los estados financieros. |
| 3. Por tanto se presentan a pesos constantes. | 3. Por tanto se expresan a valores nominales. |
| 4. En la presentación del estado financiero muestra los cambios en la generación o utilización de efectivo en actividades de operación, financiamiento e inversión. | 4. En la presentación del estado financiero muestra la generación o utilización de efectivo en actividades de operación, inversión y financiamiento. |
| 5. Se determina el efectivo a partir de la utilidad neta y de los cambios ocurridos en la estructura financiera de la entidad de un periodo con respecto a otro. | 5. Para formular el estado financiero se pueden utilizar el método directo o indirecto, en donde ambos consideran las entradas y salidas de efectivo en el periodo. |

La información proporcionada por ambos estados es útil para los usuarios: no obstante el CINIF decidió establecer el estado de flujo de efectivo como estado financiero básico porque se

considera que es prioritario proporcionar información específica sobre los flujos de efectivos realizados, entre otras razones, debido a que el efectivo es esencial no solo para mantener o acrecentar la operación de una entidad, sino también para poder resarcir a sus acreedores y a sus propietarios, los recursos que le han canalizado a la entidad.

De igual forma analizamos que el estado de cambios en la situación financiera refleja el cambio final ocurrido en el efectivo como consecuencia de las actividades de operación, financiamiento e inversión, obtenido este a partir de los cambios que se presentan de un periodo a otro en la estructura financiera de la entidad, expresados a valores constantes. En tanto que el estado de flujo de efectivo presenta las entradas y salidas de efectivo por las actividades de operación, inversión y financiamiento, expresado en valor nominales.

El CINIF siguiendo su política de convergencia con las Normas Internacionales de Información Financiera, emitió la Norma de información financiera (NIF) B-2 Estado de flujo de efectivo (en adelante, EFE).

Esta norma implica que como parte integrante de los estados financieros correspondientes a ejercicios iniciados a partir del 1 de enero de 2008 se deberá presentar como estado básico un EFE en reemplazo del Estado de cambio en la situación financiera (en adelante, ECSF) hasta la fecha vigente.

MÉTODO

A continuación realizaremos mediante un caso práctico tanto el actual estado de flujo de efectivo como sus antecesores. Para lo cual necesitamos un estado de situación financiera comparativo y un estado de resultados.

COMPAÑÍA MERCURY S.A DE C.V
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008-2007

ACTIVO CIRCULANTE	2008	2007
Efectivo e inversiones temporales	2,136,000	1,221,000
Cuentas por cobrar	1,100,000	1,545,000
Otras cuentas por cobrar	143,000	145,000
Inventarios	2,025,000	2,156,000
Suma	5,404,000	5,067,000
<hr/>		
NO CIRCULANTE		
Propiedades, planta y equipo	10,330,000	9,285,000
Depreciaciones acumulada	-2,460,000	-1,970,333
Intangibles	925,000	685,000
Amortización acumulada	-119,000	-80,000
Suma	8,676,000	7,919,667
ACTIVO TOTAL	14,080,000	12,986,667
<hr/>		
PASIVO A CORTO PLAZO		
Préstamos bancarios	122,000	313,787
Proveedores	941,000	987,065
Impuestos a la utilidad por pagar	281,580	664,620

Suma	1,344,580	1,965,472
<hr/>		
A LARGO PLAZO		
Préstamos bancarios	4,130,000	3,061,936
Suma	4,130,000	3,061,936
<hr/>		
PASIVO TOTAL	5,474,580	5,027,408
<hr/> <hr/>		
CAPITAL CONTABLE		
Capital social	4,300,000	3,831,836
Utilidades de años anteriores	3,846,000	3,043,043
Utilidad del ejercicio	459,420	1,084,380
Suma	8,605,420	7,959,259
<hr/>		
PASIVO MAS CAPITAL	14,080,000	12,986,667
<hr/> <hr/>		

COMPAÑÍA MERCURY S.A DE C.V

ESTADO DE RESULTADOS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008

	2008
Ventas	10,900,000
Costo de ventas	-7,150,000
Utilidad bruta	3,750,000
<hr/>	
Gastos de operación	-3,024,000
<hr/>	

Utilidad de operación	726,000
Resultado integral de financiamiento	
Gastos Financieros	-302,000
Productos Financieros	317,000
Utilidad bruta antes de impuestos	741,000
Impuestos a la utilidad	-281,580
Utilidad después de impuestos	459,420

Tabla 2

Descripción de orígenes y aplicaciones

ORIGENES	APLICACIÓN
Disminución activo	Aumento activo
Aumento pasivo	Disminución pasivo
Aumento capital	Disminución capital

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008-2007

	Variaciones		
ACTIVO CIRCULANTE	2008	2007	
Efectivo e inversiones temporales	2,136,000	1,221,000	915,000
Cuentas por cobrar	1,100,000	1,545,000	-445,000
Otras cuentas por cobrar	143,000	145,000	-2,000
Inventarios	2,025,000	2,156,000	-131,000
Suma	5,404,000	5,067,000	
NO CIRCULANTE			
Propiedades, planta y equipo	10,330,000	9,285,000	1,045,000
Depreciaciones acumulada	-2,460,000	-1,970,333	-489,667
Intangibles	925,000	685,000	240,000
Amortización acumulada	-119,000	-80,000	-39,000
Suma	8,676,000	7,919,667	
ACTIVO TOTAL	14,080,000	12,986,667	
PASIVO A CORTO PLAZO			
Préstamos bancarios	122,000	313,787	-191,787
Proveedores	941,000	987,065	-46,065
Impuestos a la utilidad por pagar	281,580	664,620	-383,040
Suma	1,344,580	1,965,472	

A LARGO PLAZO

Préstamos bancarios	4,130,000	3,061,936	1,068,064
Suma	4,130,000	3,061,936	
PASIVO TOTAL	5,474,580	5,027,408	

CAPITAL CONTABLE

Capital social	4,300,000	3,831,836	468,164
Utilidades de años anteriores	3,846,000	3,043,043	802,957
Utilidad del ejercicio	459,420	1,084,380	-624,960
Suma	8,605,420	7,959,259	
PASIVO MAS CAPITAL	14,080,000	12,986,667	

Resultados

Estado de Cambios en la Situación Financiera
Estado Origen y Aplicación de Recursos

Norteamericano

Orígenes		Aplicaciones	
Cuentas por cobrar	445,000	Efectivo e Inversiones Temporales	915,000
Otras cuentas por cobrar	2000	Propiedades, Planta y Equipo	1,045,000
Inventario	131000	Intangibles	240,000
Depreciación	489667	Préstamos Bancarios	191,787
Amortización	39000	Proveedores	46,065
Préstamos Bancarios	1,068,064	Impuestos a la utilidad por pagar	383,040
Capital Social	468,164	Utilidad del Ejercicio	624,960
Utilidad del Ejercicio anterior	802,957		
Suma Orígenes	3,445,852	Suma Aplicaciones	3,445,852

De acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptado (PCGA) en enero de 1974, surge el estado de cambios en la situación financiera boletín B-4 el cual elimina todas las cuentas de activo y pasivo circulante dando lugar a la cuenta de capital neto de trabajo mediante la diferencia entre ambas cuentas. Este boletín se diferencia del norteamericano como podemos observar a continuación.

Observen como la depreciación y la amortización son orígenes de recursos porque no se debieron de disminuir desde el punto de vista del efectivo en el estado de resultados. Se considera la deducción de impuestos como algo que hay que restablecer en el flujo.

B-4

Orígenes		Aplicaciones	
Depreciación	489,667	Aumento de Capital Neto de Trabajo	957,892
Amortización	39,000	Propiedades, Planta y Equipo	1,045,000
Préstamos Bancarios	1,068,064	Intangibles	240,000
Capital Social	468,164	Utilidad del Ejercicio	624,960
Utilidad de años anteriores	802,957		
Suma Orígenes	<u>2,867,852</u>	Suma Aplicaciones	<u>2,867,852</u>

Estado de cambios en la situación financiera en base al flujo de efectivo

B-11

Utilidad del ejercicio	\$	(624,960.00)
(+) Depreciación	\$	489,667.00
(+) Amortización	\$	39,000.00
Flujo bruto operativo	\$	(96,293.00)
Financiamientos		
Disminución cuentas por cobrar	\$	445,000.00
Disminución otras cuentas	\$	2,000.00
Decremento inventarios	\$	131,000.00
Aumento préstamos bancarios	\$	1,068,064.00
Incremento capital social	\$	468,164.00

Aumento utilidades de ejercicios anteriores	\$	802,957.00
Suma financiamientos	\$	2,917,185.00
<hr/>		
Inversiones		
Aumento planta y equipo	\$	1,045,000.00
Incremento tangibles	\$	240,000.00
Disminución préstamos bancarios	\$	191,787.00
Disminución proveedores	\$	46,065.00
Disminución Impuestos por pagar	\$	383,040.00
Suma Inversiones	\$	1,905,892.00
<hr/>		
Flujo de efectivo neto	\$	915,000.00

El boletín B-11 se diferencia del boletín B-4 al tomar en cuenta como primera parte del estado lo que es la utilidad del ejercicio y termina con el flujo de efectivo neto.

Este estado elimina la cuenta de capital neto de trabajo ya que separa nuevamente a las cuentas de activo circulante y pasivo circulante como cuentas independientes.

Se diferencia del anterior porque la depreciación y la amortización no son ya fuentes de financiamiento sino partidas que hay que agregar a la utilidad puesto que no representan un flujo real de efectivo sino son solo estimaciones virtuales.

Dentro del boletín B-11 surge lo que es flujo bruto operativo que es el resultado de la utilidad neta más la depreciación y amortización. En enero de 1990 nace el boletín B-12 estado de

cambios en la situación financiera derogando al anterior boletín es decir Boletín B-11. A continuación se analizara su presentación.

Estado de cambios en la situación financiera

B-12

Actividades de operación

	Utilidad del ejercicio (2008)	\$ 459,420.00
(+)	Depreciación anual	\$ 489,667.00
(+)	Amortización anual	\$ 39,000.00
	Suma actividad de operación	\$ 988,087.00

Actividades financieras

(Aumento)	Disminución Cuentas por cobrar	\$ 445,000.00
(Aumento)	Disminución Otras cuentas por cobrar	\$ 2,000.00
(Aumento)	Decremento Inventario	\$ 131,000.00

Suma de actividades de Financiamiento a corto plazo

\$ 578,000.00

Actividades de inversión

(Aumento)	Disminución préstamos bancarios	\$ 191,787.00
(Aumento)	Disminución proveedores	\$ 46,065.00
(Aumento)	Disminución impuestos por pagar	\$ 383,040.00

Suma de actividades de inversión a corto plazo

\$ 620,892.00

Actividades de inversión

(Disminución)	Aumento planta y equipo	\$ 1,045,000.00
---------------	-------------------------	-----------------

Estado de Flujo de efectivo

NIF B-2 Método Indirecto

(Disminución)	Incremento intangibles	\$ 240,000.00
	Pago de dividendos	\$ 281,423.00
	Suma de actividades de inversión	\$ 1,566,423.00
	Actividades financieras	
(Disminución)	Aumento préstamos bancarios	\$ 1,068,064.00
(Disminución)	Aumento capital social	\$ 468,164.00
	Suma de actividades financieras	\$ 1,536,228.00
	Flujo neto de efectivo	\$ 915,000.00

La presentación de este estado es muy complejo ya que elimina flujo bruto operativo dando lugar a actividades de operación de igual forma con financiamiento e inversiones lo cual toman como nombre actividades financieras y actividades de inversión.

Este boletín tiene algo muy especial lo que diferencia de sus anteriores boletines ya que se toma la depreciación y amortización anual, pero de igual forma se toma como parte de este boletín el pago de dividendos.

Flujo efectivo de Actividades de operación

Utilidad neta	\$	459,420.00
(+) Depreciación	\$	489,667.00
(+) Amortización	\$	39,000.00
(+) Disminución en cuentas por pagar	\$	445,000.00
(+) Disminución otras cuentas por pagar	\$	2,000.00
(+) Disminución inventarios	\$	131,000.00
(-) Disminución préstamos bancarios	\$	191,787.00
(-) Proveedores	\$	46,065.00
(-) Impuestos a la utilidad	\$	383,040.00

Efectivo generado por actividades de operación

\$ 945,195.00

Flujo de efectivo de Actividades de inversión

Adquisición de inmuebles maquinaria y equipo	\$	(1,045,000.00)
Intangibles	\$	(240,000.00)

Suma generado por Actividades de inversión

\$ (1,285,000.00)

Flujo de efectivo en actividades de financiamiento

Préstamos bancarios	\$	1,068,064.00
Incremento al capital social	\$	468,164.00
Pago de dividendos	\$	(281,423.00)

Efectivo generado en actividades de financiamiento

\$ 1,254,805.00

Flujo neto de efectivo

\$ 915,000.00

CONCLUSIONES

El EFE es el estado financiero más referente en la toma de decisiones y financiamiento a corto plazo. Muy claramente se observa de que fuentes y en donde se utilizaron los recursos en el estado de origen y aplicación de recursos norteamericano, y en nuestro boletín B4; después, al pretexto de reclasificar las partidas que no generaron efectivo y las utilizadas en la contabilidad para la inflación, el B11 y el B12 disminuyen en claridad y sencillez pero es perfectamente bien entendible el financiamiento y la inversión del efectivo. Pero al llegar a los métodos de la Norma de Información Financiera B2 o NIF-B2, la claridad se nulifica y la complejidad aparece, puede que la intención haya sido buena, pero así solo le sirve a las empresas grandes; las PYMES no las entendieron y por eso casi no las usan, se revuelven con tanto signo negativo y positivo, con más hojas de trabajo, con más desglose que se pueden apreciar mejor en auxiliares. El 95 o 98% de las empresas en nuestro país son pequeñas y medianas, que en forma y fondo sencillo quieren ver que paso de sus utilidades al flujo de efectivo, de donde vino y adonde se fue el recurso; prefieren la de ayer a lo de hoy en cuanto al famoso Estado de Flujo de Efectivo.

BIBLIOGRAFÍA

Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (1985). Principios de Contabilidad Generalmente Aceptado, México, 1ª Edición, Editorial IMPC.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (1995). Principios de Contabilidad Generalmente Aceptado, México, 10ª Edición, Editorial IMPC.

Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera A.C. (2014). Norma de Información Financiera, Editorial CINIF-IMPC.



EL MANEJO DE RECURSOS FINANCIEROS EN EMPRESAS POBLANAS

Autores:

*Dr. Amado Torralba Flores, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
14 B sur 6340, Colonia Villa Universitaria, C.P. 72590, Puebla, Puebla, México
admon_buap_at@yahoo.com.mx, Mexicano*

*Dr. Alfredo Pérez Paredes, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Retorno Orquídeas 80 B, Colonia Las Mercedes, C.P. 72492, Puebla, Puebla, México
alfredoperez2001@hotmail.com, Mexicano*

*Dr. Heber Tamayo Cruz, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Calle Brasil No. 3804-3, Colonia América Sur, C.P. 72340, Puebla, Puebla, México
heber.tamayo@hotmail.com, Mexicano*

*Dr. Ricardo Paredes Solorio, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Montecillo 6334, Fraccionamiento Caminro Real, Colonia la Hacienda, Puebla, Puebla, México
ricardops001@hotmail.com, Mexicano*

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 22/Mayo/2015

Resumen

La presente ponencia tiene como propósito analizar las características de la administración financiera en las micro y pequeñas empresas del municipio de Puebla, esto al ser un aspecto importante en el desarrollo de este tipo de empresas, ya que representan el 95.5% (INEGI, 2014) del total de los establecimientos del país.

El trabajo se encuentra estructurado en dos partes, la primera aborda el análisis teórico de la Administración Financiera y en la segunda se describe la metodología de investigación, mostrando los resultados obtenidos de la aplicación de un instrumento de medición a las microempresas, que permite observar las características del manejo de los recursos financieros, sobre todo, entendiéndolo que dependiendo del tamaño de las organizaciones, el manejo financiero es distinto y permite generar los esquemas de registro, control y evaluación específicos, para el adecuado funcionamiento de las empresas. El instrumento se validó con el coeficiente de Alfa de Cronbach.

Palabras claves: *Micro y Pequeña Empresa, Administración Financiera, Recursos Financieros, DENU y Nivel de Endeudamiento.*

Introducción

En México las micro y pequeñas empresas constituyen el mayor número de organizaciones establecidas debido a que representan el 99.1% (INEGI, 2014) del total de las empresas y tiene una gran importancia en la generación de empleos. Sin embargo, muchas de ellas no permanecen por largo tiempo en el mercado, ya que se enfrentan a diversos problemas, dentro de esto se encuentran aquellos referentes a la administración de recursos financieros y la obtención de financiamiento, por lo que resulta relevante identificar la manera de como impacta la obtención y manejo de recursos y de financiamiento en la permanencia y desarrollo de las MIPyMES.

La dinámica de funcionamiento de las MIPyMES es la misma a nivel nacional, y el estado de Puebla no es la excepción, por tanto la presente investigación tiene como objetivo identificar las características del conocimiento y manejo de la Administración Financiera en las Micro y Pequeñas empresas del municipio de Puebla, para lo cual se aplica un instrumento de medición en una muestra representativa de empresas, validada con el coeficiente de Alfa de

Cronbach. Dicho estudio permitirá detectar la problemática y proponer alternativas de solución en el ámbito de la administración financiera para las Micro y Pequeñas empresas.

Para lograr el objetivo, el trabajo se estructura de la siguiente manera: Análisis teórico conceptual de la Administración Financiera; Descripción de la situación de las micros y pequeñas empresas del Municipio de Puebla; Determinación de la metodología para la aplicación del instrumento de evaluación; análisis de los resultados de la aplicación de un instrumento de medición y por último se presentan las conclusiones.

Marco Teórico

La Administración Financiera de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES)

Las empresas representan organizaciones dinámicas que se encuentran inmersas en un entorno globalizado y competitivo, que brindan productos o servicios, que permiten resolver un problema o satisfacer una necesidad de la sociedad, en este sentido, Alcaraz (2006), comenta que una vez que la idea ha sido seleccionada, se debe justificar la importancia de la misma, especificando la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve, como se observa esto es fundamental para el desarrollo y crecimiento de cualquier región o país, lo que permite generar ingresos y empleos.

Para lograr los objetivos de su funcionamiento, las empresas deben poner atención en la toma de decisiones de tipo financiero, con mayor énfasis en la obtención de recursos monetarios y su correspondiente asignación, además es importante que consideren en qué momento invertir en una nueva expansión, incrementar sus líneas de producción o servicios, buscando el costo mínimo posible y el rendimiento máximo deseado, todo esto a través de una adecuada administración financiera.

Así se puede considerar la definición que presenta Van Horne y Wachowicz (2010:2) que plantea que “está interesada en la adquisición, financiamiento y administración de los activos, con una meta global en mente. Así la función de decisión de la administración financiera puede dividirse en tres grandes áreas: las decisiones de inversión, financiamiento y administración de activos”, lo que muestra la importancia de administrar adecuadamente los recursos monetarios, en la organización.

Aun cuando en ocasiones la administración empírica, aplicada por los dueños de las micro y pequeñas empresas, abarca todas sus áreas funcionales, las finanzas no son la excepción, esto se observa si consideramos algunos de los problemas que enfrentan las empresas, Rodríguez (2010:51 y 52) plantea que “Según distintos estudios y encuestas realizados con el propósito de determinar las causas del fracaso de las pequeñas empresas, parece ser que los principales problemas están representados por diversas variables. En 1987, la SECOFI y la Japan International Corporation Agency (JICA) realizaron una encuesta industrial e identificaron los siguientes problemas: Poder Adquisitivo, Costos de Operación, Contracción del Mercado, Crédito, Materia Prima, Liquidez y Gastos Financieros.”, estos conflictos abarcan a toda la organización.

Por otra parte Rodríguez (2010:52) menciona “que en 1993, en la ciudad de Puebla, se realizó otra investigación para determinar las causas de fracaso en las micro, pequeñas y medianas empresas, las causas identificadas fueron las siguientes:

Falta de estudios de Prevención (estudios de mercado, financiero y fiscal)	29.00%
-Falta de experiencia en el ramo	18.00%

-Falta de habilidad administrativa	22.00%
-Escasez de personal calificado	14.00%
-Inflación	12.40%
-Fraude	3.60%
-Desastres	1.00%”

Fuente: Rodríguez Valencia, J. (2010). *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas*. México: CENGAGE Learning

Lo anterior muestra que son diversos factores los que contribuyen a que los Micro y Pequeños empresarios cometan errores que generen un inadecuado funcionamiento o que lo lleve a la quiebra.

Berger y Udell (1998) consideran que las empresas con base a su tamaño, edad y la información que pueda aportar, y a lo largo de su crecimiento y desarrollo las fuentes de financiamiento van cambiando. Se puede deducir que las micro empresas, jóvenes no cuentan con mucha información y fuentes de financiamiento, de hecho el financiamiento vía instituciones financieras resulta casi nulo y mucho menos a largo plazo. De acuerdo con estos autores, se toma como base para el estudio lo referente al tamaño de la empresa, los años de funcionamiento de ésta y la información financiera.

Por lo tanto, cuando se tratan de Micros y Pequeñas empresas la principal fuente de financiamiento son las aportaciones que hacen los dueños o socios de la organización y cuando la empresa es mediana o grande las fuentes de financiamiento llegan a ser externas, a través de los créditos de proveedores, instancias financieras privadas o programas gubernamentales, representando un área de oportunidad y de riesgo en el caso de que no se haga una adecuada gestión de los recursos monetarios, por que entre más fuentes externas se tengan, mayor dependencia y costo del dinero se genera.

Situación actual de las MIPyMES en Puebla

En México, de acuerdo con los datos de último censo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) las micro empresas están constituidas de 1 a 10 empleados y representan el 95.5%; las pequeñas con 11 a 50 empleados, representan el 3.6%; medianas de 51 a 249 empleados, representan el 0.7% y las grandes con más de 250 empleados representan el 2% del total de establecimientos a nivel nacional. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME), generan el 75.1% del total de los empleos. (INEGI, 2012).

Sin duda alguna las empresas, independientemente de su tamaño, giro y ubicación, son capaces de generar las condiciones necesarias para crear desarrollo y crecimiento económico dentro de cualquier economía. De acuerdo con los datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2014), que clasifica a las empresas en relación a su tamaño y actividad económica, se tienen registrados 4 millones 926 mil 198 negocios, de las cuales se incorporaron para esta versión 2 millones 100 mil 789. De la anterior versión que tenía 4 millones 410 mil 199 negocios, fueron dados de baja un total de 1 millón 584 mil 927 negocios, es decir el 35.9%, de los establecimientos registrados en 2013, cerraron o suspendieron actividades.

El Estado de Puebla, es la entidad federativa número 21 que, de acuerdo a la Secretaría de Economía, en 2012 aportó el 3.24% del producto interno bruto del total nacional.

En un estudio realizado por el Tecnológico de Monterrey (Mateos, 2012) comenta que según datos de la Secretaría de Economía (SE) el Estado de Puebla ocupa el quinto lugar con mayor número de negocios en el país, sólo lo superan el Estado de México con 585 mil empresas, Distrito Federal con 414 mil, Veracruz con 364 mil y Jalisco con 331 mil. Lo que significa que los empresarios han invertido en el Estado de Puebla generando un ambiente de

confianza para otros inversionistas. Esto toma relevancia si consideramos que para un inversionista es importante para la toma de decisiones conocer la facilidad con la que puede hacer negocios en donde se quiere invertir.

El estado de Puebla, según el último censo realizado en 2013, cuenta con 255,175 unidades económicas; establecimientos que se encuentran activos en todo el estado. Entre ellas destaca, con el 44.74% de Unidades económicas, el comercio al por menor, seguido de la industria manufacturera con un 15.55% de unidades económicas, cabe mencionar que en estas cifras se engloban las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.

En las MIPyMES convergen diversas problemáticas que pueden generar complicaciones de diferente índole al interior de las empresas. En este trabajo solo se aborda lo relacionado con la administración financiera de las organizaciones en el Municipio de Puebla.

Método

A continuación se presenta el desarrollo de la investigación que se llevó a cabo en el municipio de Puebla, durante el año 2014, con el propósito de identificar cuáles son las características de la Administración Financieras en las Micro y Pequeñas Empresas en Puebla.

La diversidad de concepciones teóricas de la actividad financiera de la empresa, propicia que se utilicen diversas dimensiones para sus análisis. Las dimensiones consideradas en el estudio de los aspectos financieros en las Microempresas en la presente investigación son:

- I. Recursos Financieros*
- II. Nivel de Endeudamiento*
- III. Cartera Vencida*
- IV. Costos de Materias Primas*
- V. Nivel de Ventas*
- VI. Control Financiero*
- VII. Toma de Decisiones*

El instrumento diseñado contiene un total de 35 ítems, que permiten observar la percepción de los Micro y Pequeños empresarios, en el comportamiento financiero de sus organizaciones ante el entorno cada vez más competitivo, la apreciación que tienen respecto a la forma de financiamiento, el nivel de endeudamiento, la relación que tienen con sus proveedores y clientes, el comportamiento del mercado y la toma de decisiones.

Se consideraron empresas con las características objeto de estudio: empresas con 1 a 10 empleados, es decir Micro y Pequeñas Empresas, ubicadas exclusivamente en la ciudad de Puebla, dando un total de 55,681 empresas. El cálculo de la muestra se realizó tomando en cuenta los siguientes valores:

Población: 55,681

Nivel de confianza: 95%

Margen de Error: 10%¹

Variabilidad positiva: 0.50

Variabilidad negativa: 0.50

$$n = \frac{Z^2 * (p * q)}{e^2} = \text{Sustituyendo } n = \frac{1.96^2 * (.5 * .5)}{(0.10)^2} = \frac{3.84 * (.25)}{.01} = 0.96 = 96$$

$$n' = \frac{n}{1 + ((n-1)/N)} = \frac{96}{1 + (95/55,681)} = \frac{96}{1.00170614} = 95.83 \text{ o } 96 \text{ encuestas.}$$

Sin embargo por la disposición que se encontró por parte de algunos empresarios se obtuvieron 109 encuestas.

El tipo de muestreo fue aleatorio estratificado, se dividió la ciudad de Puebla en cuatro cuadrantes, además de estratificarse por giro de empresa con el propósito de que todas las unidades productivas pudieran ser seleccionadas aleatoriamente.

¹ Se consideró un margen de error del 10%, debido a que esta investigación no fue financiada y los recursos eran limitados.

El instrumento permite obtener una visión de los aspectos financieros en las Micro y Pequeñas empresas encuestadas. Utilizando la escala de Likert, el instrumento califica con los parámetros: totalmente de acuerdo, muy de acuerdo, de acuerdo, poco de acuerdo y nada de acuerdo.

Con el propósito de validar y dar confiabilidad al cuestionario aplicado, se utilizó el indicador Alfa de Cronbach, esta herramienta estadística es un coeficiente de correlación cuadrado que mide la homogeneidad de las preguntas promediando las correlaciones entre todos los ítems. Por lo tanto con el índice de consistencia interna que arrojó, se comprobó que el cuestionario utilizado recopila información fiable y que hace mediciones estables y consistentes. En relación de esto se encuentra que el coeficiente de Alfa de Cronbach puede tomar entre “0” y “1”, en donde 0 significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total, Los valores negativos resultan cuando los ítems no se relacionan de manera positiva entre ellos, lo que conduce a la violación del modelo de confiabilidad y esto se realiza con el apoyo de Software.

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el software SPSS, donde se capturaron cada una de las variables utilizadas en cada ítem, para posteriormente determinar el Alfa de Cronbach en el menú de analizar escala de fiabilidad con el coeficiente mencionado.

Se obtuvo el siguiente resultado: el coeficiente de fiabilidad para todas las escalas, su fiabilidad, estimada mediante el indicador Alfa de Cronbach es de .799, lo que se considera que es un instrumento con un nivel de confianza satisfactorio.

Resumen del procesamiento de los casos

Casos	N	%
Válidos	109	96,5

Excluidos (a)	4	3,5
Total	113	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	No. de elementos
,799	,799	35

Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario y a software estadístico SPSS

Como se observa, el resultado obtenido en el sistema SPSS, el Alfa de Cronbach es de 0.799, por lo que se considera una fiabilidad respetable, por lo tanto el cuestionario tiene validez y confiabilidad.

Resultados

De los datos generales de las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas, se deriva lo siguiente: Las Micro y Pequeñas Empresas son de diversos sectores de la economía, el 17.4 % del sector de transformación, 42.2 % del sector servicio y 40.4 % del sector comercio. La edad promedio de los empresarios es de 39.7 años, y oscila entre los 19 y 76 años de edad, el 66% son hombres y el 34 % mujeres; con respecto al nivel educativo de los empresarios se tiene que el 28.4 % tienen nivel básico, 34.8 % nivel medio superior, 35.8 % nivel superior y el 1 % posgrado; Las empresas encuestadas tienen un tiempo promedio de funcionamiento de 9.3 años.

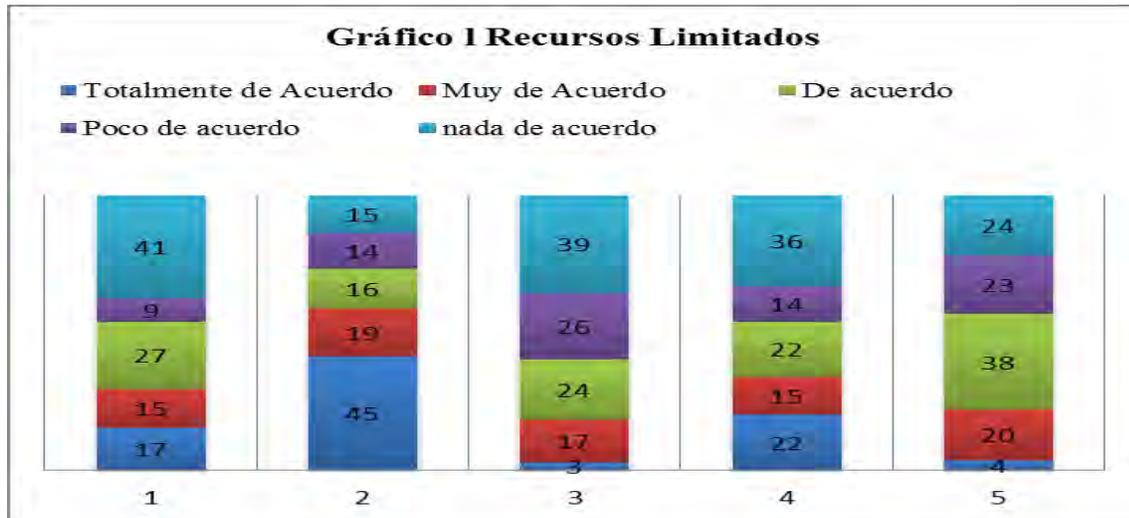
Para presentar una interpretación más detallada de los resultados, a continuación se analizan cada una de las dimensiones que conforman la evaluación de la actividad financiera de la empresa:

I Recursos Financieros

En esta dimensión se consideraron los siguientes aspectos:

1. ¿En algún momento de la vida de la empresa han faltado recursos para su funcionamiento?
2. ¿En algún momento de la vida la empresa ha dejado de cumplir con sus compromisos financieros por la falta de recurso?
3. ¿Se han generados recursos financieros suficientes para realizar inversiones al interior de la empresa, que permitan su crecimiento?
4. ¿Parte de los recursos financieros generados al interior de la empresa se destinan a pagar gastos personales o familiares?
5. ¿Las actividades de la empresa garantizan la generación de utilidades deseadas?

En esta dimensión podemos observar que el 37.6 % (41), de las empresas encuestas comentan que no les han faltado recursos para su funcionamiento, en contra parte el 41.2 % (45), si han tenido problemas para cumplir con sus compromisos financieros; la generación de recursos no han sido suficientes para lograr la reinversión en la empresa así lo manifiesta el 36 % (39); solo el 20% (22), comentan que parte de los recursos generados por la empresa se destinan al pago de gastos personales o familiares y que las actividades de la empresa no les garantiza totalmente la generación de utilidades al 22 % (24). Ver gráfico I



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a Micro y Pequeñas Empresas del Municipio de Puebla (2014).

De lo anterior se puede concluir que un porcentaje considerable de las microempresas 41% de las empresas, presentan problemas para cumplir con sus compromisos financieros, lo que puede representar un problema para la expansión y permanencia de éstas.

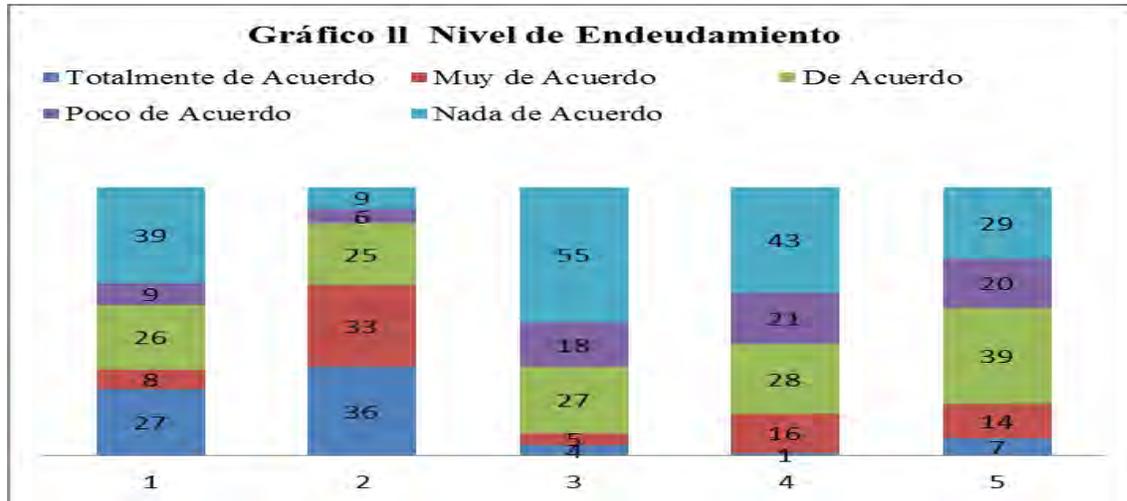
II Nivel de Endeudamiento

En esta dimensión se consideran aspectos como:

1. ¿En algún momento de la vida la empresa ha solicitado algún tipo de préstamo?
2. ¿Considera que es fácil obtener préstamos?
3. ¿De conseguir un préstamo lo destinaria al 100 % a la inversión de la empresa?
4. ¿Considera que los ingresos generados por la empresa permitirían pagar un préstamo en caso de solicitarlo?
5. ¿Considera que si fuera fácil conseguir un financiamiento para invertir en el mejoramiento de la empresa lo tomaría?

Los resultados obtenidos en esta dimensión, permiten identificar que el 33 % (36), de los empresarios consideran que es fácil obtener financiamiento, pero no los solicitan por lo complicado que resulta poder saldarlos, y el 50% (55), consideran que si en algún momento

decidieran solicitar un préstamo no lo destinarían en su totalidad a la reinversión en la empresa, sino a otros rubros. Ver Gráfico II.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a Micro y Pequeñas Empresas del Municipio de Puebla (2014)

De los resultados se puede observar que el 50% de las empresas no tienen en general planes de expansión, ni una cultura empresarial claramente definida, toda vez que solo tratan de subsistir.

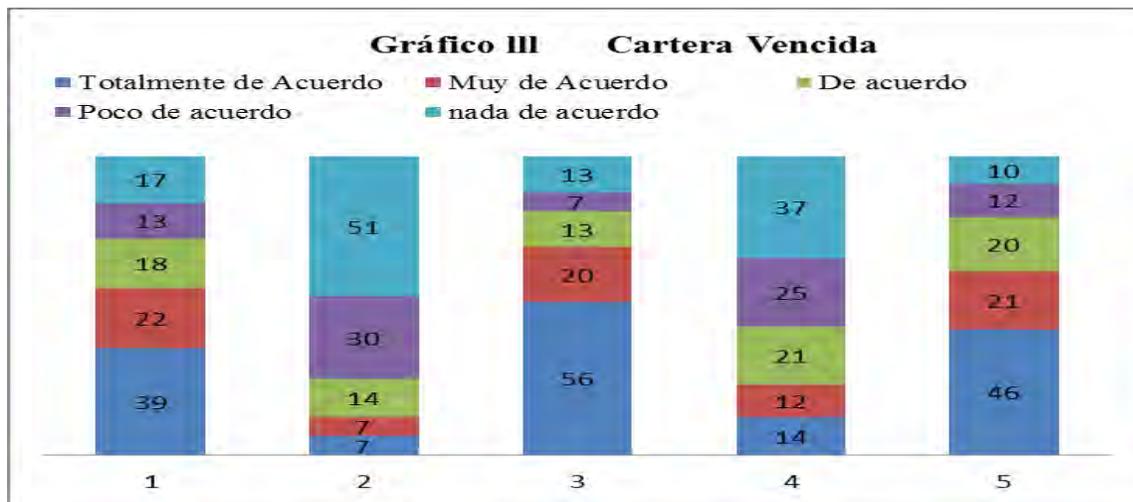
III Cartera Vencida

En esta dimensión se consideran aspectos como:

1. ¿Considera importante ofrecer crédito a sus clientes para tener mayor cantidad de ventas.
2. ¿Considera que representa un alto riesgo otorgar crédito a sus clientes?
3. ¿Actualmente otorga financiamiento a sus clientes?
4. ¿Considera que representa un costo adicional el recuperar el pago de los créditos?
5. ¿Considera que actualmente cuenta con problemas financieros por que sus clientes no pagan sus créditos?

En relación al rubro de cartera vencida, el 51 % (56), otorgan financiamiento a sus clientes, para tener mayor cantidad de ventas, pero también el 47% (51), consideran que

representa un alto riesgo otorgar créditos a sus clientes, sobre todo porque los montos pequeños que representan generan un alto riesgo de no poder recuperar los recursos otorgados. El 42 % (46), Consideran que tienen problemas financieros porque sus clientes no han liquidado sus créditos. Esta situación limita la expansión de las ventas ante la falta de liquidez de los clientes. Ver gráfico III.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a Micro y Pequeñas Empresas del Municipio de Puebla (2014)

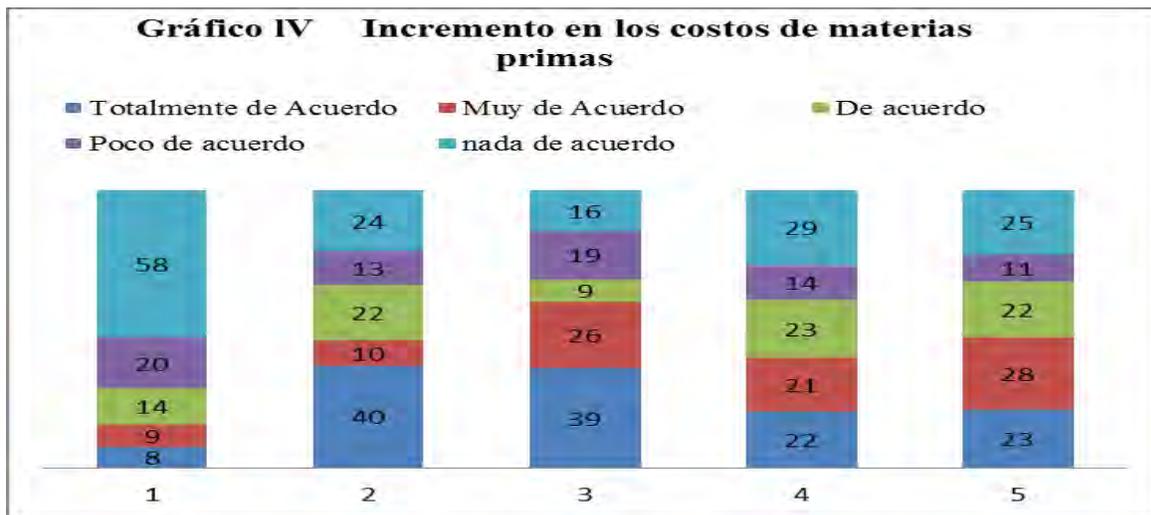
IV Costos de Materias Primas

En esta dimensión se consideraron los siguientes aspectos:

1. ¿Considera que el incremento de los costos de las materias primas le genera problemas económicos?
2. ¿Actualmente obtiene crédito por parte de sus proveedores, para enfrentar los incrementos los costos de las Materias Primas?
3. ¿En algún momento ha tenido problemas de dinero para adquirir materias primas?
4. ¿Ha tenido que comprar materias de menor calidad ante el incremento en los costos?

5. ¿Los incrementos en los costos no le permiten contar con un inventario para hacer frente a pedidos no considerados?

En esta dimensión se encontró que el 53% (58) de los empresarios encuestados, consideran un problema grave los incrementos en los costos de las materias primas, lo que obliga a incrementar los precios de sus productos y esto aleja a sus clientes. Por otra parte el 36.6 % (40), de las empresas obtienen crédito actualmente de sus proveedores como consecuencia del incremento de los precios de las materias primas y el 35.7 % (39), han tenido que recurrir a la compra de materias primas de menor calidad. Ver gráfico, IV



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a Micro y Pequeñas Empresas del Municipio de Puebla (2014)

Una de las causas por la que los empresarios no solicitan créditos es porque en un porcentaje alto reciben crédito de sus proveedores.

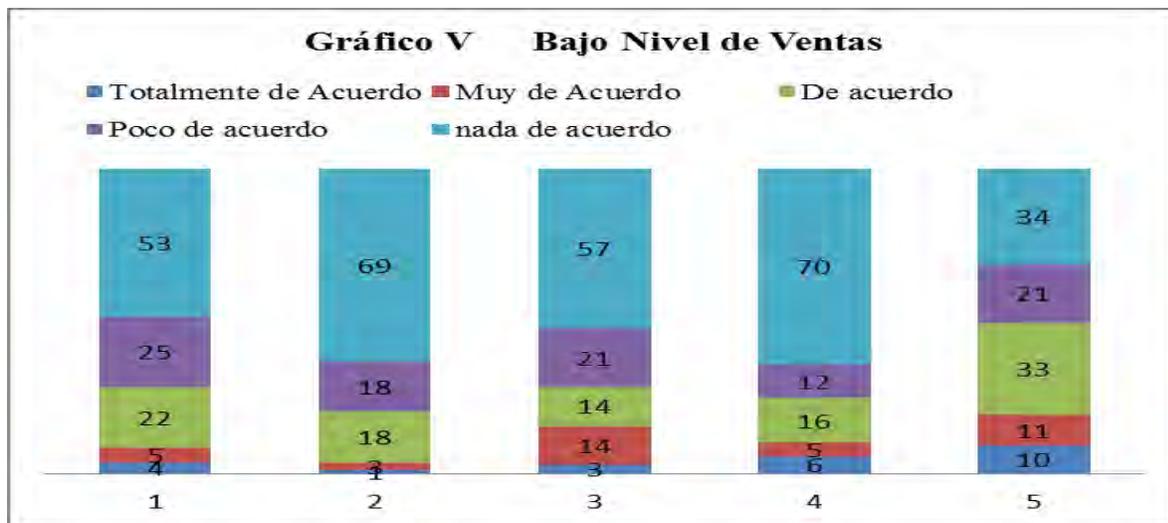
V Nivel de Ventas

En esta dimensión se consideraron los siguientes aspectos:

1. ¿Considera que en algún momento de la vida la empresa ha enfrentado disminuciones en las ventas?

2. ¿Considera que la situación económica que enfrenta el país influye en la disminución de ventas?
3. ¿Considera que existe una mayor presencia de competidores y esto influye en la disminución de las ventas?
4. ¿Considera que actualmente solo atiende un mercado local y no nacional?
5. ¿Considera que actualmente conoce cuál es el punto de equilibrio que debe tener para mantener las ventas necesarias?

En cuanto a la dimensión Nivel de Ventas, el comportamiento de la información obtenida nos refleja que el 48% (53) en algún momento han disminuido sus ventas, el 63 % (69), consideran que la situación económica que enfrenta el país influye en la disminución de sus ventas, El 52% (57) plantea que el incremento en el número de competidores provoca la disminución de sus ventas; el 64 % (70) de los empresarios encuestados considera que solo cubren un mercado local, además el 31% (34) desconoce cuál es el punto de equilibrio que debe tener su empresa. Ver gráfico, V



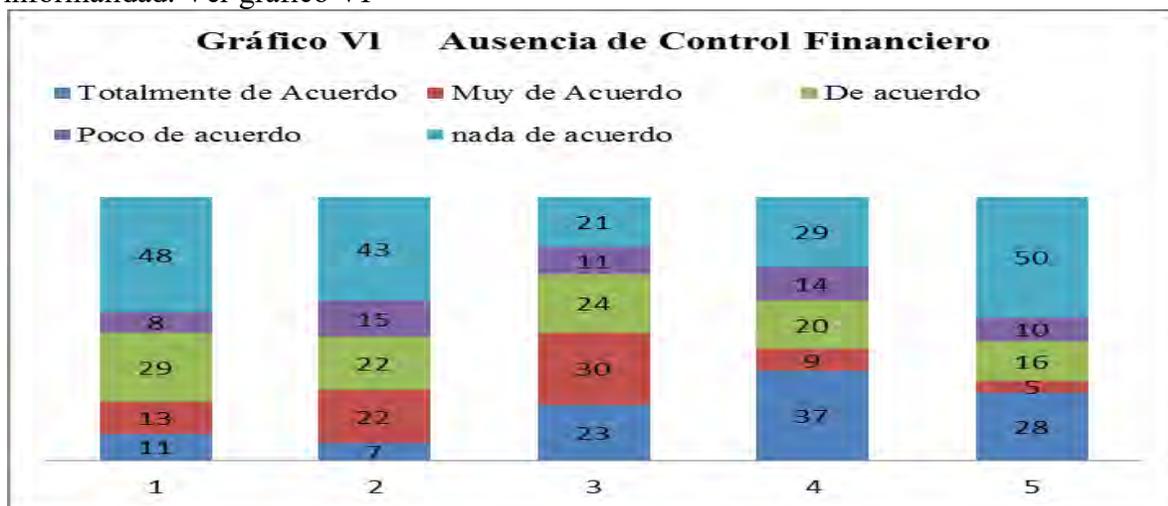
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a Micro y Pequeñas Empresas del Municipio de Puebla (2014)

VI Control Financiero

En esta dimensión se consideraron los siguientes aspectos:

1. ¿Considera que actualmente cuenta con un registro adecuado de las entradas de dinero en la empresa?
2. ¿Considera que actualmente cuenta con un registro adecuado de las salidas de dinero de la empresa?
3. ¿Conoce el concepto de estado financiero?
4. ¿Actualmente cuenta usted con estados financieros?
5. ¿Actualmente está dado de alta en la Secretaría de Hacienda y crédito Público?

En relación al Control Financiero de la empresa, se observa que el 44% (48), de las empresas no cuentan con registros adecuados de entradas y salidas de dinero, solo el 20% (23), de éstas conoce el concepto de Estados Financieros, además el 34% (37), cuentan con Estados Financieros y el 45.8% (50), no están dados de alta en la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, por lo que se puede inferir que un alto porcentajes de microempresa trabaja en la informalidad. Ver gráfico VI



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a Micro y Pequeñas Empresas Del Municipio de Puebla (2014)

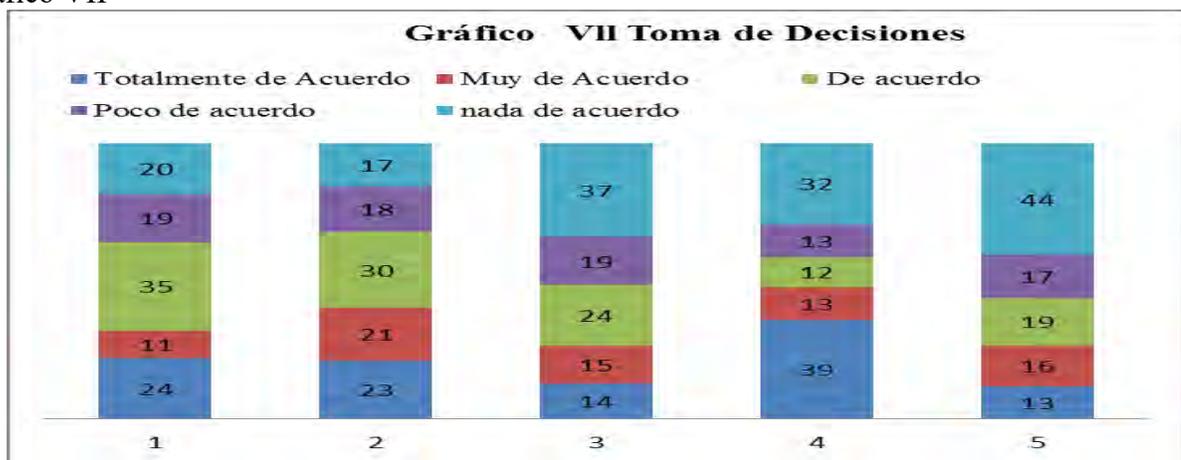
Los datos que arrojan esta dimensión son representativos de la situación que viven las empresa, el 45.8% de ellas son informales, limitando el otorgamiento de créditos por parte de las instituciones bancarias y la obtención apoyos financieros gubernamentales. Además no llevan control de sus ingresos y egresos.

VII Toma de Decisiones

En esta dimensión se consideraron los siguientes aspectos:

1. ¿Conoce el concepto de Administración Financiera?
2. ¿Conoce algún método para pronosticar ventas?
3. ¿Conoce actualmente cuáles son las utilidades que genera su empresa?
4. ¿Actualmente ha contratado a alguien para que lo auxilie en las cuestiones financieras?
5. ¿Considera que le hace falta aprender temas relacionados con la Administración Financiera?

De los resultados obtenidos sobre las preguntas de la Toma de Decisiones en la Empresa, podemos observar que el 22 % (24) de éstas, conoce el concepto de Administración Financiera; el 21 % (23), conoce algún método para pronosticar ventas, solo el 12 % (14), sabe cuáles son las utilidades que genera su empresa; el 35.7% (39), ha contratado a quien le ayude a manejar sus finanzas, y sólo el 12% (13), reconoce que requiere aprender temas relacionadas a la Administración Financiera, lo que refleja un bajo conocimiento de la información financiera. Ver gráfico VII



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a Micro y Pequeñas Empresas

del Municipio de Puebla (2014)

Conclusiones

En México la mayor cantidad de empresas se constituye por micro, pequeñas y medianas, quienes representan el 99.5% (INEGI, 2014) del total de las empresas del país, de las cuales las microempresas constituyen el 95.5%. Este tipo de empresas se enfrentan a múltiples problemas, siendo uno de ellos el financiero.

El conocimiento y manejo de la información financiera es vital, para el buen funcionamiento de las empresas, en este sentido se puede comentar que los empresarios pueden identificar claramente sus principales problemas financieros, así como sus posibles fuentes de financiamiento.

En mayor porcentaje de las microempresas solo utiliza las fuentes de financiamiento internas, porque temen no poder hacer frente a sus compromisos financieros por los altos costos de los créditos. Por otra parte estas empresas se ven en la necesidad de proporcionar crédito a sus clientes, lo que permite incrementar sus ventas y se convierte en un elemento de expansión, pero esto representa una vulnerabilidad si sus clientes no pagan sus compromisos.

Las Micro y Pequeñas Empresas no recurren a las fuentes de financiamiento bancarias por los tramites que se tienen que realizar, además de que el 45.8%² de las empresas encuestadas, no están dadas de alta ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, lo que les impide participar de los programas de financiamiento que otorgan las instituciones públicas o privadas. Esto refleja el alto nivel de informalidad de las Micro y Pequeñas Empresas, en Puebla.

Es importante mencionar que los empresarios han aprendido identificar cuáles son los aspectos básicos y fundamentales de la información financiera, y en algunos casos ya se encargan de su manejo y procesamiento y en otros se apoyan de profesionales para lograrlo, sin embargo, la gran mayoría no maneja alguna registro específico del manejo de sus recursos.

Por la importancia que tiene el manejo financiero de las empresas, debe fortalecerse, por parte de instancias gubernamentales y empresariales, el desarrollo y difusión de la cultura administrativa y financiera que requieren los micros y pequeños empresarios, lo que permitirá generar mejores condiciones de desarrollo para las microempresas, mejores posibilidades de permanencia en el mercado y mayor desarrollo económicas en el Municipio, el Estado y el País.

² Con base en los resultados de las encuestas aplicadas de la variable VI Control Financiero.

Bibliografía

Alcaraz, R. (2006). *El Emprendedor de Exito*. México: Mc Graw Hill /Interamericana de México.

Berger, A. N. (1998). *The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle*. Estados Unidos: Journal of Banking & Finance.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía . (22 de 11 de 2014). *DENUE*. Obtenido de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>

MATEOS, L. (17 de 07 de 2012). *SNC PORTAL INFORMATIVO*. Obtenido de <http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/por+tema/negocios/crecimientoe mpresaspuebla17jul12>

Rodriguez Valencia, J. (2010). *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas*. México: CENGAGE Learning.

Van Horne, J., & Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Prentice Hall.



LA EVOLUCIÓN DE LOS SISTEMAS DE COSTOS EN UN ENTORNO ECONÓMICO CAMBIANTE

Datos de los autores

Nombre: Karla Sayuri Nakagoshi Enríquez

Institución de adscripción: Universidad Autónoma de Nuevo León

Dirección: Blvd Primavera 3204, Colonia Primavera. Monterrey, Nuevo León. México. C.P. 64830

Correo electrónico: sayurinakagoshi@gmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Nombre: Carlos Saldaña Navarro

Institución de adscripción: Universidad Autónoma de Nuevo León

Dirección: Cerro de las Mitras 115, Colonia Rivera de los Girasoles. Escobedo, Nuevo León. México. C.P. 66056

Correo electrónico: charlienavarro@gmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 21/Abril/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo conocer y analizar el origen y los cambios que han tenido los sistemas de costos a través del tiempo, ya que todas las organizaciones hoy en día se ven obligadas a utilizarlos dentro de sus operaciones diarias para garantizar su permanencia y sustentabilidad económica a mediano y largo plazo, apoyando y agilizando una apropiada toma de decisiones y trayendo mejores beneficios a sus accionistas.

Abstract

The aim of this paper is to understand and analyze the origins and changes that the costing systems have experienced over time, since all organizations are forced to use them in their daily operations now a days in order to ensure a healthy performance and economic sustainability in the medium and long term supporting and streamlining an appropriate decision making that would bring a better return to their shareholders.

Palabras clave:

Asignación, Costeo, Decisiones, Control, Sistema.

Introducción

La contabilidad administrativa ha ido tomando un papel cada vez más importante en los procesos operativos y financieros de las organizaciones, siendo la contabilidad de costos uno de los aspectos más recurridos al momento de administrar una organización, debido a los nuevos retos a los que ésta se enfrenta en el entorno global que se vive en la actualidad.

La internacionalización en el mundo de los negocios exige que las empresas sean aún más competitivas, lo cual requiere que mantengan un esquema financiero saludable, es por eso que las organizaciones prestan especial atención a sus procesos de control.

Contrario a las antiguas prácticas, en donde para medir la rentabilidad el enfoque principal era en la contabilidad financiera, hoy en día las empresas se esfuerzan por utilizar nuevas herramientas administrativas que les ayuden a lograr los resultados deseados en sus operaciones, y por ende, en sus finanzas.

Una de estas herramientas son los sistemas de costos, que como se comentó anteriormente, son parte primordial en la contabilidad administrativa. Un sistema de costos es un conjunto de procedimientos y registros que tiene como principal objetivo obtener el costo de un producto, y con esta información facilitar el proceso de toma de decisiones.

Ramírez (2013, p.28) define la contabilidad de costos de la siguiente manera:

“Es un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos de actividades, procesos y productos y con ello facilitar la toma de decisiones, la planeación y el control administrativo”.

Por su parte, Horngren, Sundem y Stratton (2006, p.131), definen a los sistemas de contabilidad de costos como “técnicas que se usan para determinar el costo de un producto, servicio, cliente u otro target costing”.

La implementación de un adecuado sistema de costos en una organización no solo sirve para calcular el costo de producción, sino que además proporciona información de utilidad en el proceso administrativo, principalmente en las etapas de planeación y control.

Cada empresa tiene necesidades distintas, por lo que resulta vital que el sistema de costos que utilice sea adecuado a éstas. Un error común que se comete es el utilizar un sistema que no sea el idóneo para el tipo de producto que se fabrica. Algunas empresas utilizan sistemas de costos que están obsoletos, otras implementan su sistema de costos pero no lo utilizan de manera eficiente y algunas otras no los utilizan de forma permanente.

El propósito de este trabajo es explicar los diferentes sistemas de costos que se han utilizado y que marcarán la pauta para la implementación de nuevos métodos que cubran las necesidades del

entorno en el que vivimos actualmente. Se realizará un recuento de los hechos más relevantes en materia de contabilidad administrativa con énfasis en los sistemas de costo, desde sus orígenes hasta la actualidad, pasando por las modificaciones que han sufrido en el tiempo de acuerdo con los cambios del ambiente económico en cada etapa de la historia.

Marco teórico

Las primeras técnicas de costos fueron utilizadas en el siglo XIV en algunos países europeos como Inglaterra, Alemania e Italia, pero es en el año 1370 cuando el banquero italiano Marcos Datini, muestra un ejemplo de contabilidad industrial enfocada a la fabricación de lana, a raíz de las necesidades del progreso industrial de la época. A partir de la Revolución Industrial y del consecuente crecimiento de las empresas manufactureras, la contabilidad de costos comenzó a cobrar más importancia en las diferentes industrias (Cruz, 2007).

De acuerdo con Johnson y Kaplan (1990), las mediciones que proporcionaban los primeros sistemas de costos que se desarrollaron eran simples, pero cubrían las necesidades de los empresarios. El objetivo de estos sistemas era el de medir los costos de la producción en proceso y de los productos terminados, así como la eficiencia del proceso de conversión.

Milgrom y Roberts (1992), citados por Evia (2006, p.149), mencionan que a partir de la Revolución Industrial los empresarios comenzaron a utilizar el concepto de economías de escala, que se refiere a la reducción del costo unitario de producción cuando las empresas fabrican en forma masiva, ya que fue en ese tiempo que descubrieron los beneficios que obtenían mediante la reducción de costos y el logro de mayor eficiencia en sus procesos.

Johnson y Kaplan (1988), citados por Gutiérrez (2005, p.103), afirman que dichas economías de escala fueron utilizadas en procesos de producción complejos de las industrias emergentes en los comienzos del siglo XIX, como las textiles y de armería.

Durante la segunda mitad del siglo XIX, luego del nacimiento del ferrocarril y con el desarrollo de la industria del acero, comenzaron a emplearse nuevos cálculos en la contabilidad de costos, principalmente con el propósito de medir la rentabilidad de las empresas. En aquel tiempo, el enfoque era hacia los costos directos de materia prima y de mano de obra, prestando poca atención a los costos indirectos de fabricación, por lo que se destinaban pocos recursos para su obtención y se realizaban cálculos simples para su asignación, multiplicando una tasa general de costos indirectos por las horas o unidades monetarias de mano de obra (Cruz, 2007).

Evia (2006, p.150) cita a Baujín, Vega, Armenteros, Frías y Pérez (2003), que mencionan a Frederick Taylor como uno de los pioneros del control de administración industrial, quien en la última década del siglo XIX desarrolló nuevos métodos como la contabilidad analítica y la asignación de costos indirectos, entre otros.

En esos mismos años, Taylor, junto con un grupo de otros ingenieros, crearon el Movimiento de la Dirección Científica del Trabajo, con el propósito de dar solución a algunos problemas que presentaba la industria metalúrgica en su gestión de costos. Dichos problemas se dieron ya que estas empresas fabricaban una amplia gama de productos y los sistemas de costeo utilizados no proporcionaban información precisa, debido a que dichos productos consumían recursos en función de tasas diferentes; se utilizaba el sistema de costeo por órdenes de trabajo, pero tenía la deficiencia de no considerar los costos indirectos de fabricación en su medición. Otro de los

problemas en esos años fue que tampoco existían estándares de costos que permitieran medir la eficiencia del proceso productivo (Gutiérrez, 2005).

Durante este movimiento de la administración científica se dieron mayores avances en las tecnologías de los sistemas de contabilidad administrativa. Una de las metas planteadas por los participantes fue la mejora en la eficiencia del uso de la mano de obra directa y de la materia prima, por lo que desarrollaron lo que hoy conocemos como costos estándar, los cuales fueron utilizados inicialmente para determinar las variaciones en los costos primos. Estos costos se combinaban con una asignación de costos indirectos para determinar el costo del producto terminado, el cual se utilizaría para decisiones en cuanto al precio. Dichos estándares eran actualizados con frecuencia para reflejar las fluctuaciones en los precios pagados de materia prima y de mano de obra directa. (Johnson y Kaplan, 1990)

Cabe mencionar que el último desarrollo en los sistemas de contabilidad administrativa se dio en las primeras décadas del siglo XX como respuesta al crecimiento de las grandes corporaciones, ya que en esos años comenzaron las prácticas de integración vertical en las empresas. Las compañías que impulsaron estas innovaciones fueron DuPont Powder y General Motors. La primera, creada en 1903, introdujo la fórmula del retorno sobre la inversión (ROI, por sus siglas en inglés), la cual ayudó a medir el éxito tanto de la organización como de cada una de sus unidades operativas. En lo que respecta a la empresa General Motors, tenía la característica de ser multi-divisional, por lo que fue necesario desarrollar nuevos sistemas de contabilidad de gestión que permitieran transmitir los objetivos de la organización a las diferentes divisiones (Johnson y Kaplan, 1990).

Atkinson, Banker, Kaplan y Young (1997), citados por Evia (2006, pp.152-154), sostuvieron que la empresa DuPont estableció métodos de control en sus procesos de fabricación y comenzó a promover la elaboración de reportes mensuales sobre las actividades de producción, precios y ventas. La compañía General Motors también desarrolló diversas herramientas administrativas que permitían conocer la rentabilidad de cada una de las divisiones de la organización y saber si los esfuerzos de cada una de éstas iban dirigidos al logro de las metas organizacionales. Algunas de estas herramientas fueron los reportes semanales de ventas, los presupuestos flexibles, los reportes de desempeño anuales y la elaboración de presupuestos anuales, que promovieron la coordinación de los objetivos de las diferentes divisiones con las metas de la alta gerencia.

Gutiérrez (2005, p.109) cita a Johnson y Kaplan (1988), quienes aseveran que después de las aportaciones de las compañías DuPont y General Motors durante el periodo de desarrollo de las grandes corporaciones y hasta la década de los ochenta no hubo ningún avance en materia de contabilidad de gestión. Este estancamiento se debió principalmente a que los empresarios comenzaron a prestar más importancia a la estructura financiera de la corporación, ya que fue en esos años cuando proliferaron los mercados de capitales y hubo un incremento de necesidades de fondos por parte de las empresas. Todo esto llevó al desarrollo de sistemas de contabilidad financiera dirigidos a los usuarios de información externos. Además, debido a la regulación que establecen los mercados de valores, hubo un incremento en la necesidad de estados financieros auditados que debían de ser presentados de manera periódica. “Los objetivos de simplicidad, objetividad y verificabilidad de los auditores llevaron a preferir un sistema en el que los inventarios pudieran ser valorados utilizando las cifras existentes en los registros de la contabilidad financiera”.

Evia (2006, p.154) sostiene:

“En esas fechas también comenzó a generalizarse entre los empresarios la idea de tender a profesionalizar la administración de sus negocios, contratando administradores profesionales para dirigirlos. Esto condujo a la implementación de controles tales como la auditoría a la información financiera para evaluar el desempeño de los administradores”.

Cruz (2007) sostiene que a partir de la década de los ochenta, el entorno empresarial ha experimentado cambios constantes, debido principalmente a la internacionalización de los negocios y al desarrollo tecnológico, y menciona como características de este entorno los cambios rápidos en la tecnología y por consiguiente el aumento de la productividad, reducción en el ciclo de vida de algunos productos, y el cambio de una organización por funciones a una integrada.

Ramírez (2013) considera que es importante que las empresas hoy en día mantengan estructuras organizacionales flexibles, y que tanto sus procesos administrativos como de producción sean sencillos de adaptar a las nuevas necesidades del mercado. Es imprescindible el diseño de estrategias tanto a corto como a largo plazo en donde se ponga atención a la creación de valor. En este proceso, las empresas deben de contar con herramientas que les ayuden a lograr sus objetivos, y una de éstas es la implementación de una contabilidad estratégica.

Cadez (2006) citado por Ramírez (2013, p.16), define la contabilidad estratégica:

“Se define como la disciplina que proporciona la información necesaria para formular, implementar y llevar a cabo estrategias para alcanzar una ventaja competitiva. Esta herramienta adquiere especial relevancia en el ambiente globalizado y cada vez más complejo y competitivo que tienen que enfrentar las empresas en la actualidad”.

Hornngren, Sundem y Stratton (2006) señalan cuatro factores que en la actualidad causan cambios en la contabilidad administrativa de Estados Unidos: el cambio en la economía del país, de estar basada en la manufactura a estar basada en los servicios, incremento en la competencia global, avances tecnológicos y cambios en los procesos de negocios.

Los autores consideran que cuando un negocio cambia su manera de operar, sus necesidades de información también cambian y por consecuencia los sistemas de contabilidad de gestión deben de modificarse. Resaltan la importancia de comprender el *por qué* las empresas utilizan un sistema determinado de costos y no el *cómo* lo utilizan, ya no es garantía de éxito el aprender ciertas técnicas o procedimientos de algún tipo de sistema de contabilidad, debido a que el entorno económico se encuentra en constante cambio y lo que puede ser efectivo hoy, puede no serlo mañana.

Es oportuno considerar que toda empresa nace con el propósito de vender un producto y con ello obtener utilidades, buscar su crecimiento y su permanencia, y para lograrlo requiere de una distribución adecuada de los recursos (Morillo, 2002); dicha distribución debe tomar en cuenta la utilización de algún sistema de costos o la combinación de varios de ellos.

Polimeni, Fabozzy y Adelber (1994) citados por Morillo (2002), sostienen que el sistema de costos debe clasificar, registrar y agrupar las erogaciones, de tal forma que le permita a los directivos de una organización conocer el costo unitario de cada proceso y de los recursos utilizados para su elaboración, incluyendo la materia prima y también la mano de obra y cualquier otro objeto de costo, puesto que la cifra del costo total suministra poca utilidad al variar de un periodo a otro el volumen de producción.

“Para distribuir los costos de las actividades que no influyen directamente en la producción de la empresa, pero aun así juegan un papel en la manufactura del mismo, se establece, por medio de métodos de costeo, una tasa que se multiplica por la razón previamente establecida. Por ejemplo, en el costo de la electricidad instaura una tasa que es multiplicada por las horas máquina que un producto tarda en completar su proceso. De esta manera, se le atribuye a cada producto el gasto que tuvo en electricidad. Dentro de los sistemas de costeo existen los tradicionales, que se caracterizan por tener una tasa general para la empresa y los no tradicionales que obtienen una tasa más específica. Por actividades por ejemplo (Reyes, 2013).”

Los sistemas de costos tienen una influencia en el desempeño funcional de las organizaciones, y éstos deberán ser estructurados dependiendo de las necesidades de medición de la empresa. Por tal motivo, se debe entender el sistema de costos debe generar reportes financieros útiles para entidades externas vinculadas a las compañías, como inversionistas, acreedores, entidades reguladoras y fiscalizadoras, entre otras, con el propósito de obtener una mayor eficacia organizacional en varios niveles como el estratégico, táctico y operativo. (Kaplan y Cooper, 1998, citado por Mejía, 2014)

Los sistemas de costos en la actualidad

Ramírez (2013), afirma que en el mundo actual existe una tendencia a los sistemas estratégicos de costos. Debido a las redes tecnológicas y de información, las empresas de producción se han orientado hacia la robotización de sus operaciones, haciendo que sus procesos sean más eficientes y logrando una mayor ventaja competitiva en el mercado. Este cambio ha llevado a las organizaciones a prestar una mayor atención a sus costos indirectos de fabricación, que han llegado a representar el 70% del costo de un producto o servicio. La misión que tienen las nuevas tecnologías de información es el hacer más competitivo el producto o servicio que se ofrece por medio de la reducción de costos y de la eficiencia en la calidad de los procesos.

Los sistemas de costeo tradicionales fueron utilizados por casi todas las empresas hasta los años noventa; son sistemas que “no acumulan o reportan los costos de las actividades o los procesos”; el sistema de costeo por órdenes de trabajo y el costeo por procesos son ejemplos de ellos, los cuales son ideales para las empresas que producen pocas cantidades de unidades y en las que los costos de producción más representativos son los de la materia prima y la mano de obra directa. En estas empresas, los costos indirectos son relativamente bajos, por lo que se acostumbra combinarlos y asignarlos a los productos con base en un solo causante del costo (*cost driver*). A medida que las empresas crecen, aumenta también la necesidad de implementar sistemas que calculen de manera más precisa sus costos de producción, y en especial sus costos indirectos, que comúnmente bajo estas prácticas se asignan a diferentes grupos o actividades. (Horngren y Sundem, 2006)

Horngren, Sundem, Stratton (2006, p.141), definen el sistema de costeo basado en actividades (CBA):

“Sistema en el que primero se acumulan los costos indirectos para cada una de las actividades del área que se costea, y después se asignan los costos de las actividades a los productos, servicios u otros objetos de costo que requieren de esa actividad”.

El sistema de costeo basado en actividades ofrece muchos beneficios, como la posibilidad de medir la eficiencia de cada una de las actividades que se realizan en el proceso productivo. De esta manera resulta fácil identificar aquellas actividades que no agregan valor al proceso y que pueden ser eliminadas sin afectar la calidad del mismo. Así pues, la información que proporciona este sistema es de valiosa importancia para la toma de decisiones y para el diseño de estrategias, ya que provee información más precisa y confiable que los sistemas de costeo tradicionales, que tienden a distorsionar los costos de los productos. (Ramírez, 2013)

Método de Revisión

Como parte del procedimiento, se revisaron fuentes de información secundarias como artículos y libros provenientes de buscadores académicos y de bases de datos de revistas científicas como: Redalyc, Contable faces, EAN, Evapblogitesm y Elsevier Doyma, con la utilización de palabras clave relacionadas con los sistemas de costeo, historia de los sistemas de costeo, los sistemas de costeo en la actualidad, los sistemas de costeo para la toma de decisiones, gestión de costos, métodos de costeo tradicionales y no tradicionales, y costeo basado en actividades. Finalmente,

la información fue organizada de manera cronológica con el fin de que permita una mejor comprensión y sirva como oportunidad a estudios futuros relacionadas con el tópico.

Conclusiones

Las organizaciones de hoy enfrentan nuevos retos debido al proceso de internacionalización que vivimos. Las empresas requieren contar con una ventaja competitiva, la cual pueden lograr a través de la mejora en sus operaciones. La contabilidad de costos como herramienta para alcanzar este objetivo puede ser de gran utilidad si se logra adecuar a las operaciones específicas de la empresa.

Las empresas hoy en día cuentan tecnologías como los sistemas ERP que les brindan información oportuna para el proceso de planeación y desarrollo de sus operaciones. Es fundamental la integración de los sistemas de información de costos a estas herramientas para que las organizaciones puedan medir la eficiencia de manera constante en sus procesos tanto de producción como operativos.

Consideramos que la sola implementación de un nuevo sistema de contabilidad de costos en la empresa no es suficiente para lograr la mejora en eficiencia y en la reducción de costos. Si no se implementa además un enfoque administrativo adecuado a dichos sistema, la información que éste genere carecerá de valor.

Es importante entender el papel de la contabilidad administrativa dentro de una organización, no solo porque se desprende de la contabilidad general, o porque todas las organizaciones sin importar su naturaleza emplean hoy en día un sistema de costeo ya sea tradicional o no tradicional dentro de su operación diaria, sino también porque clasifica, registra y analiza de forma precisa los costos incurridos en la operación de la organización,

Llevar a cabo el uso correcto de un sistema de costos que atienda a las características de los productos o servicios que se fabrican garantiza una mejor toma de decisiones que beneficia en el largo plazo la sustentabilidad financiera de una organización y de sus accionistas.

Referencias

Caldera, J., Baujín Pérez, P., Ripoll Feliu, V. & Vega Falcón, V. (2007). Evolución en la Configuración de los Sistemas de Costeo Basado en las Actividades. *Actualidad Contable Faces*, 10(14) 13-28. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701403>

Chacón, G. (2007). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial.. *Actualidad Contable Faces*, 10(15) 29-45. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701504>

Cruz, D. (2007). Evolución de los sistemas de costos. Costos de la calidad y costos ambientales. Una aproximación a la realidad de una sociedad postindustrial. Recuperado de <http://artemisa.unicauca.edu.co/~dcruz/evolucioncostos.htm>

Evia Puerto, M. (2006). ¿Es la contabilidad administrativa una herramienta útil para desarrollar la competitividad de las empresas? *Contaduría y Administración*, (219) 146-166. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39521906>

García Pérez Lema, D., Marín, S. & Martínez, F. J. (2006). La contabilidad de costos y rentabilidad en la Pyme. *Contaduría y Administración*, (218) 39-59. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39521803>

Gutierrez, F. (2005). Evolución histórica de la contabilidad de costes y gestión (1885-2005). Recuperado en http://www.decomputis.org/dc/articulos_doctrinales/gutierrez2.pdf

Horngren, Ch, Sundem, G, y Stratton, W. (2006). *Contabilidad administrativa*. México. Pearson Education.

Johnson, T, y Kaplan, R. (1990). *The rise and fall of management accounting*. EUA. Harvard Business Press.

Mejía Argueta C. & Higueta Salazar C. (2014). Costo de servir como variable de decisión estratégica en el diseño de estrategias de atención a canales de mercados emergentes. *Estudios Gerenciales*, 31 (2015) 50-61. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001818?np=y>

Morillo Moreno, M. (2002). Diseño de Sistemas de Costeo: Fundamentos Teóricos. *Actualidad Contable Faces*, 5(5) 7-22. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25700507>

Ramírez, D. (2013). *Contabilidad administrativa, un enfoque estratégico para competir*. México. McGraw Hill.

Reyes Huízar R. (2013). Los sistemas “tradicionales” de costeo en las PyMEs mexicanas. *Evapblogitesm*. Recuperado de <https://evapblogitesm.wordpress.com/2013/12/09/los-sistemas-tradicionales-de-costeo-en-las-pymes-mexicanas-por-rocio-reyes-huizar/>

Valera Villegas, M. Á. & Coromoto Morillo Moreno, M. (2009). Un sistema de costos basado en actividades para las unidades de explotación pecuaria de doble propósito. Caso: Agropecuaria El Lago, S.A.. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 19(35) 99-117. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81819026008>



EL CONOCIMIENTO ADECUADO DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS Y LAS CRISIS DEL 2008: IMPACTO DE LAS DECISIONES DE LA ALTA DIRECCIÓN EN MÉXICO

*Autor. MA. Heriberto Gerardo Martínez de León
Universidad Autónoma de Nuevo León
CEDEEM – FACPYA
heriberto_mtz@hotmail.com
Nacionalidad Mexicana*

*Co-Autor: Phd. Eduardo Rivas Olmedo
Universidad Autónoma de Nuevo León
CEDEEM – FACPYA
erivasolmedo@gmail.com
Nacionalidad Mexicana*

*Co-Autor: Phd. Juan Rositas Martínez
Universidad Autónoma de Nuevo León
CEDEEM – FACPYA
jrositasm@yahoo.com
Nacionalidad Mexicana*

*Co-Autor: Phd. Eduardo Javier Treviño Saldivar
Universidad Autónoma de Nuevo León
CEDEEM – FACPYA
etrevino@discosdigitales.com
Nacionalidad Mexicana*

Fecha de envío: 23/Abril/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

RESUMEN

La crisis financiera global de 2008, golpeó fuertemente a todas las economías del mundo y puso de manifiesto la debilidad de las finanzas empresariales. Los productos financieros más sofisticados y hasta cierto punto, difíciles de interpretar; instituciones financieras cuyo principal objetivo es ganar ofreciendo productos financieros a empresas y el desconocimiento de los riesgos asumidos al contratar los productos ofrecidos, tienen un impacto directo cuando ocurre una crisis financiera y continua impactando por periodos más prolongados. En México las empresas que integran el IPyC de la BMV, perdieron valor (de 32,095 puntos 21-04-2008, a 16,869 27-10-2008), la recuperación logro igualar el nivel de 32,000 puntos (2-12-2009). Se esperaba que todas las empresas lo alcanzaran, sin embargo esto no sucedió, algunas continuaron presentando pérdidas. El artículo modela los efectos externos y los internos, los resultados obtenidos muestran evidencia significativa de que la pérdida accionaria está estrechamente relacionada a la toma de decisiones de la administración sobre la utilización de productos financieros y a la alta exposición a las variaciones del tipo de cambio. Se concluye que la falta de conocimiento y habilidades técnicas de los administradores de las empresas, provocaron la no recuperación con el mismo dinamismo del ICyP.

Palabras claves: Pérdida de valor accionario, Productos Financieros más Sofisticados, UAFIRDA, Datos Panel.

Key words: Shares loss, financial instruments, EBITDA, panel data

1. Introducción.

En el segundo semestre de 2008, la economía mundial vivió la crisis financiera y económica más grave desde la Gran Depresión de 1929. Esta crisis financiera se le atribuye principalmente a la crisis hipotecaria aunada al exceso del gasto y del endeudamiento por parte de los estadounidenses, básicamente estimulado por las bajas tasas de interés (Zurita & Martínez, 2009); (Hee Kim, 2010).

Los bancos se volvieron sumamente creativos en buscar nuevos esquemas financieros para mejorar su rentabilidad (encontraron nuevas formas de hacer menos exigente los requisitos necesarios a la hora de solicitar y otorgar préstamos, especialmente sobre los bienes y raíces). La complejidad de los instrumentos financieros utilizados en el mercado inmobiliario residencial y que fueron operados en diversos mercados alrededor del mundo, generó una fuerte contracción de los mercados globales de flujos de capital (Zurita & Martínez, 2009).

Bajo este esquema de innovación en productos financieros, las instituciones financieras cobraban la comisión del crédito y operaban solo como intermediarios, para finalmente vender el crédito de manera individual o “empaquetando” diferentes créditos hipotecarios y vendiéndolos como uno individual. A este proceso se le conoce con el nombre de *Bursatilización*.

Esta crisis global afectó a la Bolsa Mexicana de Valores en donde su Índice de Precios y Cotizaciones presentó una pérdida del 47.4%, tomando como punto de referencia el período del 21 de Abril al 27 de octubre de 2008, (Infosel Financiero, 2011), al pasar de 32,095 puntos registrado el día 21 de Abril de 2008 a 16,869 puntos el 27 de Octubre de 2008.

Catorce meses después, el 2 de Diciembre de 2009, el Índice de Precios y Cotizaciones regresa al nivel de los 32,112 puntos, una recuperación del 90.3% al compararlo con el 27 de Octubre de

2008. Sin embargo, aunque el Índice mostró ese nivel de recuperación, por algunas razones, las emisoras que integran la muestra del IPYC, no mostraron el mismo comportamiento (Infosel Financiero, 2011)

Otros efectos económicos que se observaron en la economía mexicana fueron: la contracción del crédito bancario, escasas de liquidez y cierre de empresas, que generó un mayor nivel de desempleo (de 3.92 a 7.88%). Asimismo, el día 3 de Marzo de 2009, el tipo de cambio Fix se vio presionado llegando a tocar niveles de \$15.36 pesos por dólar (Banco de México, 2009).

Este impacto económico que sufrieron las empresas en México, puso de manifiesto tres aspectos: el primero relacionado a la estructura financiera de la empresa, el segundo sobre las estrategias de financiamiento y cobertura de riesgos y el tercero, enfocado a la actuación de la administración de la empresa para contrarrestar los efectos negativos de las variables macroeconómicas.

En un análisis realizado en el primer semestre de 2009 a las 130 empresas registradas en la Bolsa Mexicana de Valores, 80 empresas utilizaban productos financieros derivados, de los cuales 55 empresas los usaban con fines de cobertura, 22 empresas con fines de cobertura y negociación y 3 empresas los usaban con fines de negociación. Cabe mencionar que algunas empresas que usaban productos financieros derivados de cobertura también usan derivados especulativos según información obtenida de la Bolsa Mexicana de Valores, (Bolsa Mexicana de Valores, 2008).

De las 22 empresas que contrataron productos financieros derivados con fines especulativos, 18 de ellas le apostaron al comportamiento del tipo de cambio, que normalmente en épocas de incertidumbre económica registra una fuerte volatilidad.

Con estas referencias, surge la duda si el deterioro del valor accionario de las empresas pudo haberse evitado o al menos disminuido, si la administración hubiera sido más cautelosa en sus estrategias financieras y sobre todo con una menor exposición al riesgo.

Siendo la pregunta de investigación:

1. ¿Fueron los factores endógenos los que ocasionaron que algunas de las empresas que integran el Índice de la Bolsa no recuperaran su valor accionario?
2. ¿El tipo de cambio fue la variable macroeconómica, que en conjunto con la gestión de la administración, ocasionaron la pérdida en el valor accionario?

El objetivo de la administración es la generación de valor a los accionistas, esto trae implícito el logro de un beneficio económico para la administración. Estos beneficios se obtienen a través de esquemas de compensación variable como resultado del desempeño de la gestión del negocio, sin embargo en ocasiones las formas para obtener buenos resultados implica incrementar el nivel de riesgo, ocasionando hasta cierto punto, la posibilidad de generar pérdida en los resultados financieros de la organización. (Scott & Brigham, 2008).

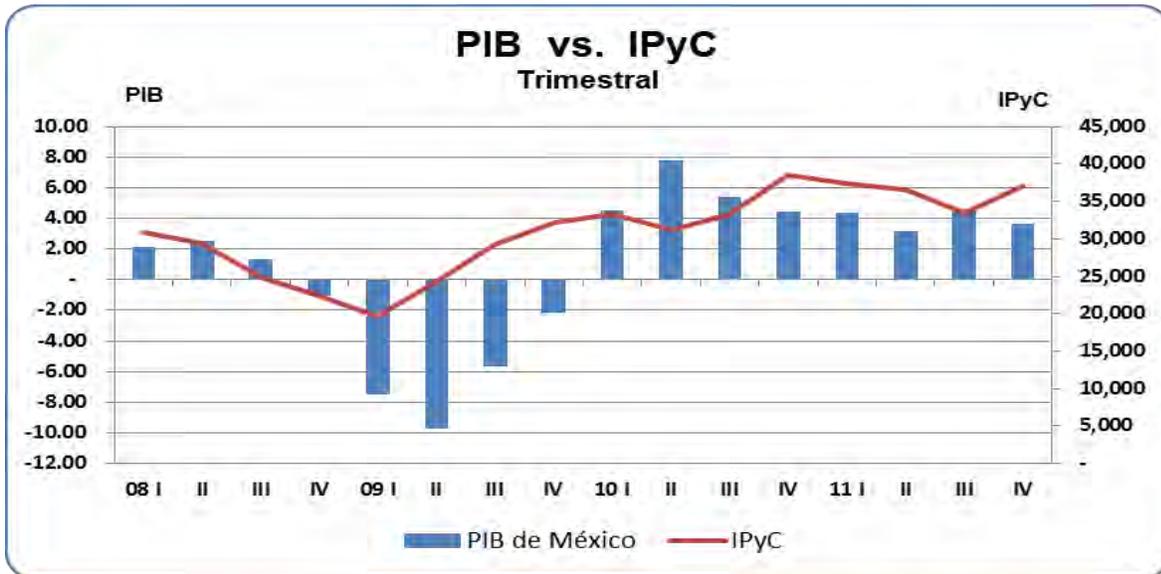
2. Marco Teórico

De acuerdo al diccionario de la Real Academia, se define Crisis Financiera como: Momento decisivo de consecuencias importantes en una situación complicada de las instituciones bancarias y de los mercados bursátiles, con un grado de incertidumbre en su profundidad y duración. Las crisis económicas han ocurrido con diferentes niveles de contagio, en donde a partir de la globalización financiera ningún país escapa. Sin embargo la crisis del 2008, incluye el empleo de instrumentos financieros que se han sofisticado, obligando a los reguladores a exigir que los intermediarios estén capacitados y certificados para evitar su uso sin conocer los riesgos asociados a ellos.

En México uno de sus impacto es en el precio de las acciones que cotizan en la BMV, en donde mediante el IPyC se mide el desempeño de la misma. Este índice expresa el rendimiento del mercado accionario, en función de las variaciones de precios de una muestra balanceada, ponderada y representativa del conjunto de emisoras que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores. El Índice está integrado por una muestra de las 35 acciones más representativas de la Bolsa Mexicana de Valores (Bolsa Mexicana de Valores, 2012).

La Bolsa Mexicana de Valores, a través del comportamiento del Índice de Precios y Cotizaciones, replicó el comportamiento de la economía mexicana reflejada a través de la caída del PIB que se observó en el 2008 (ver gráfica 1). El índice de Precios y Cotizaciones perdió 47.44% desde su nivel más alto registrado el 21 de Abril (32,095 puntos), al 27 de Octubre (16,869 puntos), día en el que el Índice tocó su nivel más bajo registrado en el mismo año. Una vez que el Índice tocó fondo, después de un período de ajuste y de revisión a las políticas económicas, el día 2 de Diciembre de 2009 el Índice recuperó lo perdido, regresando a los niveles más altos registrados en el mes de Abril de 2008, (Infosel Financiero, 2011) (ver gráfica 2).

Gráfica 1 Comportamiento del PIB vs. IPyC



INEGI. Sistema de cuentas nacionales de México.
PIB (Variación porcentual por trimestre)
IPyC (Valor al cierre del día último de cada trimestre)

Gráfica 2 Comportamiento del IPyC



Comportamiento del Índice de Precios y cotizaciones
Fuente: Infosel Financiero

Sin embargo no todas las empresas se recuperaron, algunas continuaron mostrando pérdidas de valor, el estudio pretende identificar las principales variables que afectaron esta recuperación.

Para el año 2011, la economía mostraba señales de recuperación. El PIB registraba un crecimiento superior al 4% y el índice accionario de la Bolsa Mexicana de Valores, en el período de Diciembre de 2009 a Diciembre de 2011, había crecido un 16.78%, es decir, por arriba de los 37,000 puntos.

Estudios relacionados a las quiebras.

Las principales investigaciones relacionadas a la detección de quiebras de empresas han empleado diferentes modelos. Estos los podemos clasificar en función a la base de la información que consideran en; razones financieras, flujos de efectivo y retorno de mercado (ver tabla 1). Todas han encontrado resultados que son concluyentes para diferentes situaciones, sin embargo las variables relacionadas a los riesgos por el uso de los instrumentos financieros no se habían incluido.

Tabla 1 Variables empleadas para quiebras

Enfoque	Variables empleadas
Razones Financieras. Mbanwie & Edmond (200X, Altman 1968, Beaver 1966, Urban & Quadrini	Capital de trabajo / deuda
	Capital de trabajo / activos totales
	Utilidades retenidas / activos totales
	Utilidad antes de impuestos y financiero /activos totales
	Valor de mercado / Pasivos totales
	Ventas / activos totales
	Pasivos totales / activos totales
	Pasivo circulante / activos circulantes
	Utilidad neta / Activos totales

	Flujo operacional / pasivos totales
	Flujo operativo
Flujos de efectivo	Flujo operativo menos inversión en activos fijos, menos pagos de impuestos
Retorno de mercado	Valor de mercado

Fuente. Elaboración propia con base en los autores

Las empresas, en lugar de financiarse a través de capital, buscan tener una mayor participación de deuda en su estructura financiera, (Urban & Quadrini, 2012). Es una deuda menos costosa y distribuye el riesgo financiero, sin embargo, en épocas de problemas económicos, la habilidad de las empresas para financiarse se ve seriamente mermada.

Tipo de cambio peso / dólar

México mantiene una dependencia económica con los Estados Unidos. México exporta al mercado norteamericano el 84% de la producción nacional e importa de los Estados Unidos el 60%, (Banco de México, 2010). Este nivel de relación comercial, hace que el dólar, después del peso, sea la moneda funcional en México y por lo tanto, las variaciones en el tipo de cambio afectan la economía del país (Grier, 2004).

Tabla 2 Regímenes del tipo de cambio

Fecha	Régimen	Tipos de cambio	Cotizaciones*	
			Inicio	Fin
19 de abril de 1954 - 31 de agosto de 1976	Paridad fija	Fijo	\$ 12.50	\$ 12.50
1° de septiembre de 1976 - 5 de agosto de 1982	Sistema de flotación controlada	Operaciones en billetes/documentos	\$ 20.50	\$ 48.79
6 de agosto de 1982 - 31 de agosto de 1982	Sistema cambiario múltiple	General	\$ 75.33	\$ 104.00
		Preferencial †	\$ 49.13	\$ 49.81
		'Mex-dólar' ‡	\$ 69.50	\$ 69.50
1° de septiembre de 1982 - 19 de diciembre de 1982	Control generalizado de cambios	Preferencial	\$ 50.00	\$ 70.00
		Ordinario	\$ 70.00	\$ 70.00
		Controlado	\$ 95.05	\$ 281.34
20 de diciembre de 1982 - 4 de agosto de 1985	Control de cambios	Especial	\$ 70.00	\$ 281.51
		Libre	\$ 149.25	\$ 344.50
		Controlado de equilibrio	\$ 282.30	\$ 3,073.00
5 de agosto de 1985 - 10 de noviembre de 1991	Flotación regulada	Libre	\$ 344.50	\$ 3,068.90
		"FIX"	\$3,074.03	N\$ 3.9970
11 de noviembre de 1991 - 21 de diciembre de 1994	Bandas cambiarias con desliz controlado	"FIX"	\$3,074.03	N\$ 3.9970
22 de diciembre de 1994 - presente	Libre flotación	"FIX"	N\$ 4.8875	-

medio entre compra y venta. Guía: \$ = "viejos pesos" ; N\$ = "nuevos pesos"
 Tipo de cambio era el mismo para la compra y para la venta.
 o se cotizaba al tipo de cambio especificado. Únicamente estuvo vigente del 19 al 31 de agosto de 1982.
 Fuente: Banco de México

La recuperación de las exportaciones, coadyuvaron a generar un mayor dinamismo de la actividad económica en México. La Bolsa Mexicana de Valores recuperó el terreno perdido, (Bolsa Mexicana de Valores, 2012), el tipo de cambio, si bien no regresó a niveles de \$10.50 observado antes de la crisis, se apreció nuevamente para llegar a niveles de \$12.50, (Bolsa Mexicana de Valores, 2012).

El riesgo asociado con la variación del tipo de cambio, se vuelve aún más latente en empresas en las que su moneda funcional son pesos mexicanos y se financian en dólares americanos. Las empresas en las que la mayoría o la totalidad de sus ventas las realizan en el territorio nacional, y están valuadas en pesos mexicanos, al momento que hacen uso de líneas de crédito en dólares, y no contratan coberturas financieras sobre el tipo de cambio, el riesgo de una variación cambiaria puede afectar de manera negativa e inesperada el estado financiero que guarda la compañía.

Hay empresas que para mitigar el riesgo de la variación del tipo de cambio, recurren a productos financieros derivados (PFD) de cobertura. Lo anterior con la intención de fijar el tipo de cambio en un nivel aceptable con base en sus operaciones y su nivel de rentabilidad deseado. Desafortunadamente, hay administradores financieros que contratan PFD con un alto grado de complejidad que tan solo interpretarlos, se vuelve una tarea difícil, (Bolsa Mexicana de Valores, 2008).

Gobierno Corporativo

La relación positiva de un Gobierno Corporativo robusto con respecto al riesgo, según lo menciona (Livot & B.Y., 2007) es que los ejecutivos o la dirección de la compañía, están siendo observados para tomar un nivel adecuado de riesgo en sus operaciones y/o en la toma de decisiones. La relación negativa de Gobierno Corporativo con respecto al riesgo, hace referencia a que la administración será mucho más cuidadosa, ya que se enfocarán solo a cumplir sus objetivos operativos, dejando a un lado la posibilidad de tomar proyectos con un mayor grado de riesgo, proyectos que en el mediano o largo plazo, pudieran generar mayores rendimientos a los accionistas.

Normalmente el plan de compensación está alineado a buscar los mismos intereses de los accionistas, es decir, alta responsabilidad y resultados favorables, se traducen en sueldos e incentivos atractivos para los ejecutivos. Hay una discusión importante sobre el esquema de compensación, se tiene la idea de que la efectividad en el pago de los incentivos, tiende a solucionar los problemas de la teoría de los costos de agencia, sin embargo los resultados son frecuentemente cuestionados. (Bebchuck, 2003) argumenta que la compensación a los ejecutivos,

normalmente es considerada una solución potencial a los problemas de agencia, cuando realmente esta compensación se convierte en parte de los problemas de la agencia.

3. Método.

La crisis financiera del 2008, que tiene su origen en las hipotecas inmobiliarias y que como todas las crisis impactan a todas las economías en el mundo, ahora tenían un ingrediente adicional en el empleo de instrumentos financieros por parte de la mayoría de las empresas que cotizan en la BMV, por lo que se pretende identificar si las decisiones del empleo de estos instrumentos fueron realizados en base a un adecuado conocimiento de los mismos.

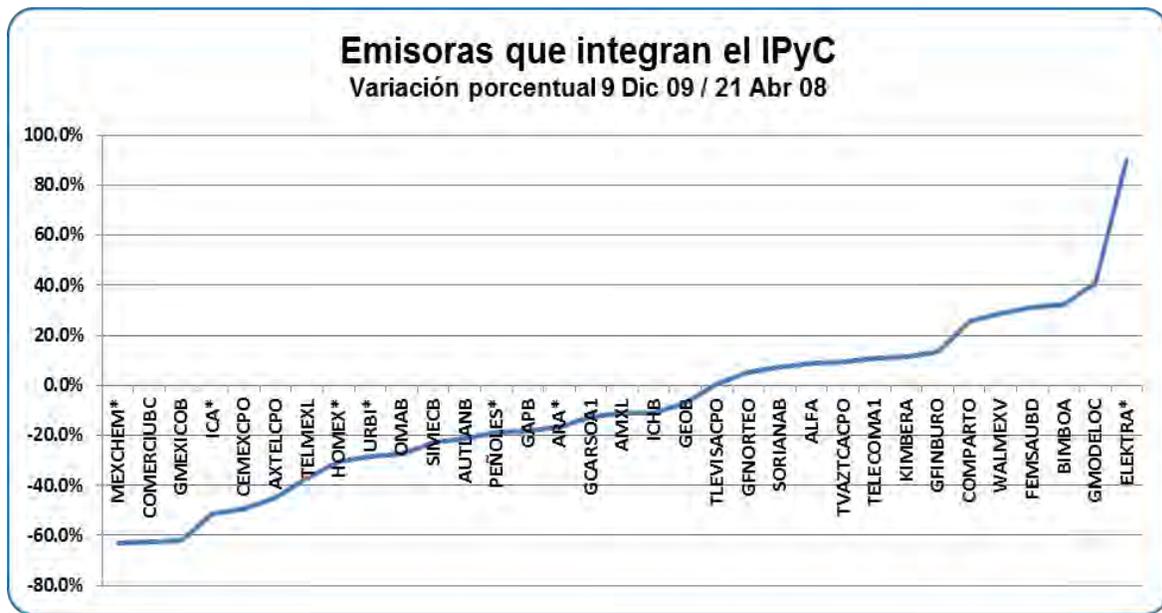
Se identifican tres fuentes del impacto de la crisis; como primera fuente son los efectos sistémicos, en este caso corresponden a las variables exógenas, que en sí mismas no son controlables por las empresas e impactan a todas las empresas, la segunda fuente son la gestión de las operaciones a las cuales se enfocan las empresas y que están bajo el control de las empresas y por último las decisiones para la financiación y el uso de instrumentos financieros para la reducción de riesgo o con fines de negociación, que pueden estar controladas por la organización al conocer los riesgos asociados.

La crisis impacto a todas las empresas que cotizan en la BMV y que forman parte del IPyC, por lo que se contrasta la información de las empresas que recuperaron su valor a noviembre del 2009 y de aquellas que no lo hicieron (ver gráfica 3). Se forman dos grupos de 4 empresas cada uno al primero se les denomina el grupo de Ganadoras y al segundo también de 4 empresas el grupo de perdedoras (ver tabla 3) y se realizan las regresiones correspondientes.

Tabla 3 Empresas a contrastar

Con Mayores Pérdidas	Con Mayores Ganancias
Comerci	Walmex
Gmexico	Femsa
Axtel	Bimbo
Cemex	Gmodelo

Gráfica 3 Comportamiento de las empresas en el IPyC



Pérdida y/o ganancia comparando el punto más alto que tuvo el índice en Abril de 2008 versus Diciembre de 2009
 Electra presenta un movimiento extraordinario debido a que llevaron a cabo un split inverso
 Fuente: Infosel Financiero

Datos y variables.

La fuente de información que se utilizó para generar la base de datos de esta investigación, se obtuvo del sistema Infosel Financiero. Para cada emisora, se tomó la información financiera comparativa publicada trimestralmente del año 2004 al año 2011.

Considerando los análisis que otros investigadores han desarrollado (Altman, 1968), (Beaver, 1966), en esta investigación se utilizaron razones financieras para determinar si fueron los efectos

de la crisis propiamente, lo que causó el daño financiero a las empresas, o si realmente fue la gestión de la administración de la empresa.

Para los cálculos de las razones financieras, se utilizaron los estados financieros trimestrales publicados oficialmente en la BMV, el período de tiempo corresponde a la información financiera trimestral del 2004 al 2011. Iniciamos la investigación con el año 2004, esto con la intención de que la información financiera no se vea impactada con los efectos causados por la crisis del Dot Com ocurrida en el año 2000. La investigación concluye en el cuarto trimestre de 2011, año en que la economía mexicana se había recuperado y seguía mostrando signos de crecimiento. Se limitó la información financiera al cuarto trimestre del año 2011 debido a que en el año 2012 iniciaron los efectos macroeconómicos de la crisis europea.

Para la información del comportamiento del precio de las acciones, se tomó el precio diario ajustado de las acciones al cierre de las operaciones considerando el mismo período de tiempo antes mencionado.

El tipo de cambio utilizado, es el promedio trimestral del tipo de cambio al cierre del día de operaciones. Esto a efecto de poder observar la volatilidad diaria que muestra el tipo de cambio en los resultados financieros de las emisoras. Además, hay que considerar que las empresas compran y venden mercancía durante el mes, por lo que tomar solo el tipo de cambio al cierre de mes, eliminaría el efecto de la volatilidad diaria que muestra el tipo de cambio.

Todas las razones financieras utilizadas en la investigación, fueron calculadas bajo el término de los últimos doce meses; esto, para evitar estacionalidad que pudiera desvirtuar el valor de la razón

financiera a ser analizada; por lo tanto, el resultado de cada razón financiera refleja el comportamiento financiero anual.

Para el caso del capital neto, se tomó como base 100, el primer trimestre de 2004 y en adelante los siguientes trimestres eran comparados con el trimestre de referencia. Para el análisis de los datos se utilizó el EViews, y para cada una de las variables que se utilizaron para las corridas realizadas se tomaron las variaciones porcentuales de los datos calculados originalmente

Modelo

Se analizó la estructura de la información para llevar a cabo la selección del modelo. Considerando que contamos con series de tiempo, nos permite asumir que se trata de un análisis longitudinal, lo que nos da la oportunidad de llevar a cabo el análisis de un comportamiento en particular. Por lo anterior, contamos con elementos suficientes para decidir que el análisis de la información sea realizado a través del método de datos panel balanceado.

El método de análisis de datos panel, nos permite estudiar la dinámica del comportamiento de la variable dependiente, con series de tiempo relativamente cortas. La combinación de series de tiempo con secciones cruzadas, puede mejorar la calidad y cantidad de datos en diversas formas que sería prácticamente imposible lograrlo usando solo una de éstas dimensiones, (Gujarati, 2003).

El cambio en el valor de mercado se emplea como la variable dependiente para reflejar el desempeño de las empresas en el periodo considerado. Para las variables independientes y dentro de las variables exógenas se emplea el cambio del tipo de cambio en forma trimestral. Para las variables endógenas se usara el flujo operativo (UAFIRDA) en cual muestra el resultado de las actividades normales de la operación, que permite representar la actuación de la administración.

Finalmente se tomaron las variables de rentabilidad o valor del mercado, en la que el crecimiento del capital contable de la compañía está influenciado principalmente por la utilidad neta.

El conjunto de estas variables se utilizarán para analizar económicamente el efecto de estas variables sobre los resultados de las compañías e interpretar los factores críticos que las llevaron a tener un rendimiento sobresaliente o haber generado pérdidas importantes en su valor accionario.

Tabla 4 Variables a emplear

Variable dependiente	El cambio en el valor accionario (RPA)
Exógenas independientes	Tipo de cambio (CTC)
	PIB
	Tasa de interés
Endógenas independientes	Estructura financiera
	Gobierno corporativo
	Variación del capital neto (CCN)
	Cambio en el Flujo de efectivo operativo (CUAFIRDA)

Las siguientes variables son las que consideramos que pudieran dar una explicación clara de los resultados de las compañías;

En una investigación desarrollada por (Demerjian, 2007), obtuvo las 10 razones financieras más utilizadas como covenants de un total de 16,364 contratos de crédito sindicado en empresas privadas, para la investigación hizo uso de la base de datos LPC/Dealscan de Thomson Reuters. En su investigación encontró que las 3 razones financieras más utilizadas como covenants en los

contratos de crédito fueron: UAFIRDA / Intereses, deuda con costo / UAFIRDA y Variación del Capital Neto. Este resultado soporta la selección de variables que se utilizan en esta investigación.

Modelo econométrico de datos panel

El modelo econométrico de datos panel incluye una muestra de agentes económicos de interés; en esta investigación, las empresas que recuperaron en corto tiempo su tendencia positiva y las empresas que tomaron un mayor período de tiempo en su recuperación; y una muestra de datos en un período determinado de tiempo, 32 períodos trimestrales, del año 2004 al año 2011 para analizar el comportamiento antes y después de la crisis financiera de 2008. Esto significa que la investigación combina ambos tipos de datos, los de dimensión temporal y los de dimensión espacial. En el análisis, se dispone de datos por un período de 32 trimestres (T) y de ocho empresas (N) que cotizan en la BMV, cuatro empresas representan a las perdedoras y cuatro a las empresas ganadoras.

4. Resultados.

Se concluye que la regresión mostrada en la siguiente tabla es la que se emplea con la variable de rendimiento del precio de la acción, y que se muestra a continuación:

Tabla 5 Datos del modelo

Variable	Coefficiente	Error est.	t-estadístico	Prob.
C	0.032155	0.012219	2.631647	0.0091
CUAFIRDA	0.498754	0.165837	3.007495	0.0029
CTC	-1.375995	0.164623	-8.358446	0.0000
CCNE	0.257199	0.095632	2.689457	0.0077
R ²	0.319925			
R ² ajustada	0.310479			
Suma errores	0.150279			
Suma residuales	4.878093			
Durbin-Watson	1.449649			
F-estadístico	33.87065			

Muestra 2004-2011, ajustada 2005-2011 Períodos 28 Unidades 8 Observaciones 220
 Regresión con efectos aleatorios en las unidades.

Para el modelo utilizado en la investigación, tomamos tres variables que explicaban de una manera más clara el resultado del comportamiento del precio de la acción, con estas variables buscamos cubrir tres aspectos claves en los resultados obtenidos: La evolución del comportamiento de la economía, es decir una variable externa que estuviera fuera del alcance de las decisiones de la empresa; el desempeño operativo de las empresas, es decir observar que el objeto principal para lo que fue creada la compañía se estuviera llevando a cabo correctamente y finalmente, medir el desempeño de la gestión de la administración en la toma de decisiones.

La variable del tipo de cambio (exógena), a raíz de estar bajo un régimen de libre flotación que vio sus inicios en el mes de Enero de 1995, cada vez que se presenta algún efecto económico dentro o fuera del país, movimientos bélicos en cualquier país del mundo, o decisiones de política económica que afecten a los países con economías emergentes impactará en el comportamiento del tipo de cambio. Como podemos observar en la tabla 5, el coeficiente de tipo de cambio registra un valor de -1.37599 es decir por cada unidad porcentual que se incremente el tipo de cambio, impactará el precio de la acción de manera negativa en 1.376

En tanto la variable de la operación indica que una variación de una unidad porcentual positiva de la Utilidad Operativa (CUAFIRDA) mejora el precio de la acción en un 0.4987% .

La variable de la gestión en el financiamiento es CCNE en sus efectos aleatorios, el resultado de 0.257199 nos dice que por cada unidad porcentual positiva que varíe el capital contable de la compañía, tendrá un impacto positivo en el precio de la acción en un 0.2572%

Como una prueba adicional se realiza la regresión por separado de las empresas ganadoras y perdedoras (ver tabla 6). Los resultados arrojados nos muestran que los signos de los coeficientes son correctos en ambas regresiones, confirmando la aplicación del modelo en los dos enfoques.

Los valores de los coeficientes (C) son distintos entre ambas regresiones; en el valor del intercepto en las perdedoras con un 0.02898 y no significativo al 1% (13.1%), en tanto en las ganadoras con un valor de 0.05132 y significativo al 1% (0.00%), es decir, si las otras variables se mantienen sin cambio es mayor en las ganadoras 0.05132, y significativa al 1%, en tanto en las perdedoras el valor de 0.02898 es menor y no significativo al 1%. Es decir sin cambio en las demás variables tendrían un mejor resultado las ganadoras y es relevante.

En la variable que representa la operación (CUAFIRDA) el valor del coeficiente en las ganadoras arroja 0.22944, no siendo significativa (32.5%), en tanto en las perdedoras un valor de 0.41024, siendo no significativa (7.72%). La operación tiene un mayor coeficiente (impacto) en las perdedoras pero no es significativa y con un menor coeficiente pero significativa en las ganadoras, es decir, no tuvo mayor relevancia la operación en ambos grupos.

En la variable que representa a los impactos fuera del control de la empresa, que se denominó como cambios en el tipo de cambio (CTC). Los valores de los coeficientes, en las perdedoras de -1.9260 (negativo) y en las perdedoras -0.81775 (negativo), siendo significativos al 1%. En las perdedoras el impacto es el doble que en las ganadoras, si tiene un impacto en ambos modelos.

Finalmente en la variable que representa la toma de decisiones de la forma de financiar a las empresas denominada cambio en el capital neto (CCNE) arroja que los valores de los coeficientes en las ganadoras es de 0.03402 y en las perdedoras 0.48089, 14 veces más en su impacto en las

perdedoras, es significativo en las perdedoras al 1% y no significativo en las ganadoras (67.0%).

Tiene una mayor relevancia en las perdedoras.

Tabla 6 Regresión efectos aleatorios en ganadoras y perdedoras

	Per	Gan	Per	Gan	Per	Gan
Variable	Coeficientes		Error estándar		Probabilidad	
C	0.02898	0.05132	0.01903	0.01099	0.1307	0.0000
CUAFIRDA	0.41024	0.22944	0.22987	0.23192	0.0772	0.3247
CTC	-1.92602	-0.81775	0.29278	0.13675	0.0000	0.0000
CCNE	0.48089	0.03402	0.16936	0.07969	0.0054	0.6703
Estadísticos ponderados						
R ²			0.39568	0.25955		
R ² ajustada			0.37825	0.23898		
Suma de errores de la regresión			0.18753	0.08861		
Suma de residuales ²			4.301327	0.84802		
Durbin-Watson			1.349300	1.86165		
Estadístico F			22.69859	12.61909		
Unidades			4	4		
Observaciones:			108	112		
Per: significa empresas perdedoras, Gan, empresas ganadoras						

5. Conclusión

El acceso a otros mercados económicos y financieros, ha obligado a las instituciones financieras y a las empresas, a tener empleados mejor preparados y con habilidades y competencias que les permitan analizar, desde un entorno macro y microeconómico, el comportamiento de la economía y así, poder tomar decisiones rápidas y acertadas buscando disminuir los posibles efectos adversos, los cuales pudieran ocasionar pérdidas económicas a las instituciones o empresas de México.

Las instituciones financieras, se dedican básicamente a ofrecer y vender productos financieros que no necesariamente serían los más adecuados para las necesidades que en ese momento requieren las compañías. Adicional a lo anterior, el ejecutivo financiero percibe una compensación variable por los productos colocados en las empresas por lo que hay asimetría de intereses entre lo que busca la institución bancaria y lo que necesitan las empresas.

En el caso de las instituciones financieras, para que un empleado pueda realizar las funciones de operador de bolsa u operador de valores, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores exige al intermediario financiero, que las personas que realicen éstas funciones, deberán acreditar los conocimientos y las capacidades técnicas a través de la aprobación de los exámenes que la AMIB (Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles) aplique a los interesados.

Es necesario que la CNBV, así como tiene la exigencia de certificar a los empleados de las instituciones financieras, amplíe esta exigencia a todos los ejecutivos que ocupen posiciones de Dirección de Finanzas, Gerente de Finanzas, Gerente de Tesorería y todos aquellos ejecutivos que tomen decisiones sobre la contratación de cualquier producto financiero.

Dentro de las empresas que cotizan en la BMV, se encuentra la obligación de realizar la revelación suficiente de las transacciones financieras que lleva a cabo la compañía. El contar con un Gobierno Corporativo, que le permita a la administración de la compañía manejarse dentro de ciertos criterios de riesgo, debería de garantizar que las decisiones que se tomen, deberían de ir enfocadas en todo momento a la generación de valor de los accionistas.

Mantener la asesoría de profesionales financieros externos, que cuentan con la certificación y experiencia en estos temas, apoyarían en el análisis de los efectos que pueden traer productos financieros contratados por la compañía.

Los miembros que conforman el Gobierno Corporativo, no necesariamente tienen que ser expertos en los riesgos financieros, sin embargo deben de tener la libertad de solicitar la opinión de expertos en la materia para poder emitir una opinión, que ésta opinión deberá ser consensada con el Consejo de Administración.

6. Bibliografía

- Bolsa Mexicana de Valores*. (2008). Recuperado el 2008, de <http://www.bmv.com.mx>
- Banco de México*. (2009). Recuperado el Marzo de 2013, de Página Web de Banco de México: <http://www.banxico.org.mx>
- Banco de México*. (2010). Recuperado el 23 de Abril de 2010, de Página Web de Banco de México: <http://www.banxico.org.mx>
- Infosel Financiero*. (Agosto de 2011). Recuperado el Agosto de 2011, de <http://www.infoselweb.com.mx>
- Bolsa Mexicana de Valores*. (2012). Recuperado el 2012, de <http://www.bmv.com.mx>
- IMSS*. (2013). Obtenido de Página del Instituto Mexicano del Seguro Social: <http://www.imss.gob.mx>
- Altman, E. I. (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate. *The Journal of Finance*, Vol. 23, No.4, 589-609.
- Beaver, W. (1966). Financial Ratios as predictors of Failures. *Journal of Accounting Research*, 71-111.
- Bebchuck, L. a. (2003). Executive Compensation as an Agency Problem. *Journal of Economic Perspectives* Vol. 17, No. 3, 71-92.
- Demerjian, P. R. (2007). Financial Ratio Covenants and Credit Risk. The University of Michigan, Michigan.
- Grier, K. a. (2004). The Real Exchange Rate Process and Its Real Effects: The cases of Mexico and the USA. *Journal for Applied Economics*, Vol. VII, No. 1 1-25.
- Gujarati, D. (2003). En *Basic Econometrics* (págs. 638-640). New York: McGraw Hill.
- Hee Kim, J. (8 de June de 2010). Financial Crisis: Through Various Perspectives. Boston, Massachusetts, United States.
- Livot, L., & B.Y., J. K. (2007). Corporate Governance and Corporate Risk Taking: Theory and Evidence. *Chicago Meeting Paper*.
- Scott, B., & Brigham, E. F. (2008). *Essentials of Managerial Finance* (14th. ed.). Mason, Ohio: Thomson South-Western.
- Urban, J., & Quadrini, V. (2012). Macroeconomic effects of financial shocks. *American Economic Review*, 102(1): 238-271.
- Zurita, G. J., & Martínez, J. (2009). La Crisis Financiera y Económica del 2008. Origen y Consecuencias en los Estados Unidos y México. *El Cotidiano*, 17-27.



ESTRUCTURA ÓPTIMA DE CAPITAL: ANÁLISIS DE LA TEORÍA DEL TRADE-OFF ENTRE PATRIMONIO Y DEUDA PARA MINIMIZAR EL COSTO DE CAPITAL (CPPC) Y MAXIMIZAR EL VALOR DE LA EMPRESA (MARKETCAP)

Rito Arredondo Echeverría
Universidad de Monterrey
Av. Morones Prieto 4500 Pte.
Jesús M Garza
Garza García, Nuevo León
rito.arredondo@udem.edu

Emma Catalina Garza Alanís
Universidad de Monterrey
Av. Morones Prieto 4500 Pte.
Jesús M Garza
Garza García, Nuevo León
emma.garzaa@udem.edu

José Ricardo Salazar Garza
Universidad de Monterrey
Av. Morones Prieto 4500 Pte.
Jesús M Garza
Garza García, Nuevo León
ricardo.salazar@udem.edu

Fecha de envío: 26/Mayo/2015
Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

Resumen:

El objetivo de esta investigación es verificar la validez de la teoría del Trade-off entre Patrimonio y Deuda para la determinación de la estructura óptima de capital para compañías mexicanas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que forman parte del Índice de Precios y Cotizaciones. A través del desarrollo del documento de investigación, se hace una revisión de la literatura contemporánea que aborda el tema de estructura de capital en el contexto de las Finanzas Corporativas a nivel internacional, contrastando los resultados de los estudios empíricos e hipótesis de las teorías más representativas. La aplicación del modelo de estructura óptima de capital desarrollado por Aswath Damodaran permite demostrar la relación inversa del costo de capital mínimo y el valor de capitalización máximo en función de las distintas variables y las características particulares de las compañías mexicanas analizadas.

Palabras clave: Costo de capital, estructura de capital, finanzas corporativas, trade-off

Abstract:

The objective of this research paper is to verify the validity of the Trade-off theory between Equity and Debt for the determination of the optimal capital structure for Mexican companies trading in the Mexican Stock Exchange comprised in the main benchmark stock index. During the development of this research paper, a contemporary literature review is performed to address capital structure topics in the context of the Corporate Finance at international level contrasting the results of the empirical studies and hypothesis of the most meaningful theories. Through the application of the optimal capital structure model developed by Aswath Demoradan is feasible to demonstrate the inverse relationship of the minimum cost of capital and the maximum of market capitalization value using a set of different variables in conjunction with the particular features of the Mexican companies analyzed.

Keywords: Capital structure, corporate finance, cost of capital, trade-off

1. Introducción

Los estudios del concepto “costo de capital” y “estructura de capital” iniciaron con los trabajos de Modigliani y Miller en la década de los 50's; numerosos trabajos han discutido sobre cómo alcanzar una estructura óptima: "El objetivo principal de la investigación de estructuras de capital es explicar la heterogeneidad observada en los trabajos realizados" (Graham y Leary, 2011).

“La estructura óptima de capital puede ser descrita como el mejor coeficiente de endeudamiento en el que debe situarse una empresa para lograr minimizar el costo de financiamiento y en consecuencia maximizar el valor de la compañía” (Taha y Sanusi, 2014).

Numerosas teorías se han desarrollado para alcanzar la estructura óptima: Trade – off de Kraus y Litzenberger (1973), Agency Cost de Jensen y Meckling (1976), Signaling de Ross (1977), Pecking Order de Myers y Majluf (1984) y Marketing Timing de Baker y Wurgler (2002).

Frank y Goyal (2007) explicaron que una teoría representa un punto de vista, que un punto de vista no es un modelo específico, sino un conjunto de principios que guían el desarrollo de pruebas y modelos. Las teorías del Trade – off y del Pecking Order pueden ser entendidas como puntos de vista que brindan una guía para desarrollar modelos y pruebas, pero no para seguir un modelo específico.

Ahora bien, presentado como un concepto descriptivo en la literatura económica y financiera, el modelo desarrollado por Weston and Brigham (1970), presentado en la tabla 1, habla acerca del ciclo de vida financiero de las compañías y revisa las diferentes etapas, desde su comienzo hasta su madurez y declive. Durante dicho ciclo, éstas toman decisiones de financiamiento que inician con la formación del patrimonio por parte de los propietarios, hasta las diferentes fuentes externas de generación de recursos donde se hace necesaria la determinación de la estructura de capital a través de la teoría del Trade-off.

Tabla 1

Ciclo de vida financiero de una compañía

Etapa Fuentes de Financiamiento Problemas Potenciales

Comienzo Recursos de los Dueños Descapitalización

Crecimiento I Cómo el anterior, más:

Utilidades retenidas, Crédito comercial, Préstamos bancarios y sobregiros, Compra a plazos, Arrendamiento Sobrecomercialización, Crisis de liquidez

Crecimiento II Cómo el anterior, más:

Financiamiento de instituciones financieras a mayor plazo Brecha de Financiamiento

Crecimiento III Cómo el anterior, más: nuevas emisiones al mercado Pérdida de Control

Madurez Todas las fuentes disponibles Mantener el Rendimiento sobre la Inversión (ROI)

Declinación Retiro del financiamiento: Empresa adquirida, Recompra de acciones (EU), Liquidación No alcanzar el Rendimiento sobre la Inversión (ROI)

Fuente: Weston y Brigham (1970, p. 157).

Sobre investigaciones aplicadas en México, Berumen, García y Domenge (2011) examinaron las determinantes internas que influyen en la estructura de capital de las pequeñas y medianas empresas familiares en México y encontraron que las decisiones se establecen, con respecto al tipo de financiamiento elegido por este tipo de empresas, basadas en una serie de factores internos, tales como: características individuales de los dueños-directores, experiencia, expectativas financieras, aversión al riesgo y actitud ante el control. Otros investigadores como Ortiz, Martínez y López (2014) establecieron que el sector de telecomunicaciones en México “toma sus decisiones de financiamiento en base a los principios de la teoría del Trade-off, donde la estructura de activos es un importante respaldo en la obtención de apalancamiento y maximización del valor de la compañía, en busca una estructura financiera óptima”.

1.1 Declaración del problema

Hoy en día no existe evidencia de que la teoría del Trade-off bajo el modelo de Aswath Damodaran haya sido aplicada en empresas mexicanas, generando incertidumbre sobre el nivel de estructura óptima de capital que deben de mantener dichas empresas.

1.2 Objetivo general

Aplicar la teoría del Trade-off bajo el modelo de Damodaran para determinar la estructura óptima de capital y determinar los beneficios que se obtendrían al utilizar dicho modelo.

1.3 Hipótesis

Una estructura de capital basada en la teoría del Trade-off y el modelo de Damodaran, maximiza el valor de la compañía y minimiza el costo de capital.

2. Marco teórico

Posterior a los estudios de Modigliani y Miller, diversos investigadores han aportado y cuestionado sus orígenes; Frydenberg (2004) criticó que lo establecido por Modigliani y Miller no puede ser aplicado a la actualidad debido a que asumen “varias limitaciones estrictas” como las siguientes: los mercados de capital se suponen sin costos de transacción, no existen costos de quiebra, todas las compañías no asumen la misma clase de riesgo, los impuestos corporativos son la única carga del gobierno, entre otros.

De acuerdo a los estudios de Zeitun y Tian (2007) aplicados a Jordania, se demostró que la estructura de capital de la empresa tiene un impacto en sus medidas de desempeño, tanto en la contabilidad, como en métricas de mercado, también se manifestó que la deuda a corto plazo de

los activos totales tiene un efecto significativamente positivo en el funcionamiento de las empresas en el mercado.

En adición a lo anterior, Taha y Sanusi (2014) determinaron que la estructura óptima de capital es una de las tareas más importantes para los administradores financieros, quienes deben elegir entre deuda y patrimonio para encontrar la combinación que será más benéfica para la empresa.

2.1 Distintas teorías

Desde 1958 diversas teorías han surgido argumentando ¿cómo?, ¿cuándo? y ¿por qué? se alcanza la estructura óptima de capital, "la literatura sobre la estructura de capital de las empresas sugiere al menos tres mecanismos posibles para explicar las determinantes de los coeficientes de deuda: la teoría del Trade-off, la teoría del Pecking Order y la teoría Market Timing" (Canarella, Nourayi y Sullivan, 2014). Según Frydenberg (2014) "los argumentos más importantes para lo que podría determinar la estructura de capital es la teoría Pecking Order y la teoría del Trade-off", sin embargo para otros, la teoría "más prominente y ampliamente" discutida es la teoría del Trade-off (Taha y Sanusi, 2014).

Las teorías se entrelazan y ocurre que "dentro de la teoría Trade-off, hay una jerarquía (Pecking Order) de la deuda —————entre ————— la deuda bancaria, la cual se prefiere a la deuda de mercado por su bajo costo de quiebra" (Hackbarth, Hennessy y Leland, 2011).

Los estudios de Graham y Leary (2011) explican que no hay teoría de estructura de capital que sea aplicable a todas las empresas y/o industrias. Además, Taha y Sanusi (2014) mencionan que: "los investigadores creen que los costos de quiebra, los costos de las transacciones, los conflictos de agencia, la selección adversa y los impuestos son la explicación a que las empresas usen un financiamiento por deuda, esto es argumentando el uso de las teorías: Pecking Order y Trade-off".

2.1.1 Teoría del Market Timing.

Esta teoría fue desarrollada por Baker y Wurgler (2002), "se refiere a la práctica de emitir acciones a precios altos y recomprar a precios bajos". El Market Timing es uno de los principales factores que determinan las decisiones de financiamiento de las empresas, un gran cantidad de investigaciones han documentado la tendencia de las empresas a emitir acciones cuando el costo del capital social parece estar temporalmente bajo (Alti, 2006).

Baker y Wurgler (2002) definieron que la estructura de capital de una empresa está "fuertemente relacionada con los valores históricos del mercado". La teoría del Market Timing establece que los "gerentes aprovechan el beneficio de las circunstancias para emitir acciones y

aliviar la presión de las limitantes de la deuda y de esa manera ampliar la oportunidad de afianzamiento” (Jahanzeb, Rehman, Hafiz, Karami y Ahmadimousaabad, 2014).

2.1.2 Teoría del Pecking Order

Esta teoría fue desarrollada por Myers y Majluf (1984), se refiere a que las empresas poseen un ranking de preferencia sobre sus fuentes de financiamiento, basado en los costos de información asimétrica: prefiriendo financiamiento interno, luego deuda y por último la obtención de capital. Shyam - Sunder y Myers (1999) establecieron que en su forma más simple, el modelo del Pecking - Order manifiesta cuándo los flujos de efectivo de una empresa son inadecuados para su inversión real y compromisos de dividendos.

Más específicamente “las empresas preferirán financiamiento interno en vez de financiamiento externo y la deuda en vez de capital” (Frydenberg, 2004). Otro punto de vista de la teoría es que “el Pecking Order es generalmente interpretado como la predicción de una relación inversa entre el endeudamiento y el tamaño de la empresa” (Frank y Goyal, 2007).

Para aplicar ésta teoría se debe tomar en cuenta que, según Graham y Leary (2011) “la teoría no fue diseñada como una teoría general para explicar la estructura de capital de todas las empresas en todos los “ámbitos”; más bien, la teoría original está orientada a empresas maduras de un lento crecimiento.

2.1.3 Teoría del Trade-Off

Esta teoría fue desarrollada por Kraus y Litzenberger (1973) con la hipótesis que consideró un equilibrio entre los costos de la quiebra y los beneficios de ahorro de impuestos de la deuda.

Frydenberg (2004) expuso que la teoría original es en realidad una sub teoría de la teoría de la estructura de capital, ya que sólo hay dos supuestos que se argumentan: el supuesto de no incentivos fiscales y el supuesto de que no hay costos de quiebra. También de una forma general se describió que “la teoría del Trade-off es utilizada por diferentes autores para describir una familia de teorías relacionados” (Frank y Goyal, 2007).

De acuerdo a Graham y Leary (2011), cualquier decisión que toma una empresa puede ser vista como una negociación entre costos y beneficios, lo cual representa la aplicación de la teoría Trade-off y la hace imposible de rechazar.

Taha y Sanusi (2014) describen la teoría como la elección de la mejor fuente de financiamiento, relacionada con la minimización de la deuda tributaria de la empresa, esto se logra debido a que los intereses sobre la deuda son deducibles de impuestos resultando en menor costo de financiamiento, además se cuenta con una serie de implicaciones que dependen de los costos y beneficios que se asocian al financiamiento de la deuda (Leary y Roberts, 2004).

Graham y Leary (2011) añadieron que en la teoría, las empresas eligen sus estructuras de capital para equilibrar los beneficios del financiamiento de la deuda (por ejemplo, el ahorro del impuesto de sociedades y la mitigación de los conflictos de agencia entre accionistas y directivos), con los costos directos e indirectos de las dificultades financieras. Por lo tanto, si las grandes empresas son más estables, seguramente tendrán una probabilidad de quiebra más baja y tendrán un mayor apalancamiento óptimo, mientras que las empresas de bajo crecimiento estarán probablemente más expuestas a los conflictos de agencia entre accionistas y directivos, y, por último, las empresas con alto crecimiento tenderían a mostrar mayor preocupación de sobreendeudamiento.

Para utilizar la teoría del Trade-off “si las empresas buscan financiamiento externo, deben emitir capital cuando su apalancamiento se encuentra por encima del punto deseado y deben emitir deuda cuando su apalancamiento se encuentra por debajo del punto deseado” (Huang y Ritter, 2004). La implicación fundamental es que el apalancamiento exhibe ajustes mientras que en la teoría del Pecking Order exhibe un orden estricto de financiamiento (Frank y Goyal, 2005).

2.2 Elección de la teoría del Trade-off

Al analizar los trabajos, investigaciones y artículos relacionados al tema de obtención de una estructura óptima de capital, se encontró que “la creciente literatura es la evidencia empírica de la importancia que ha adquirido el modelo Trade-off a través del tiempo” (Graham y Leary, 2011) además que para alcanzar un “óptimo requieren normalmente un Trade-off” (Shyam - Sunder y Myers, 1999).

La teoría del Trade-off ha evolucionado a través del tiempo, Leary y Roberts (2004) expresaron que originalmente ésta fue concebida como una teoría estática, a pesar de que una implicación natural de la teoría es el reequilibrio dinámico de la estructura de capital, por lo tanto, el apalancamiento real de las empresas puede cambiar como resultado de las características de las empresas o las perturbaciones de mercado para ajustar su estructura de capital con el fin de equiparar su apalancamiento real con el apalancamiento óptimo, lo cual ha creado nuevos puntos de vista y definición de sub conceptos como la distinción entre Trade-off estático y dinámico.

Otro argumento sobre la fortaleza de la teoría del Trade-off es que según Hackbarth, Hennessy y Leland (2011) explican que la estructura de la deuda óptima para las empresas débiles implica financiamiento exclusivamente con deuda bancaria, las empresas consolidadas usan de manera óptima una mezcla de deuda bancaria y de mercado. La teoría de Trade-off también se ha consolidado al demostrar predicciones consistentes con evidencia internacional.

2.2.1 Elección del modelo de Damodaran

Como resultado de la selección de la teoría del Trade-off, se consideró que las teorías y los modelos que fluyen de ellas, deberán proveer las herramientas para entender, analizar y

resolver los problemas. En este mismo orden de ideas, los principios que rigen las Finanzas Corporativas han permanecido sin cambios significativos en los últimos años y únicamente se han realizado contribuciones que soportan estos principios y la estructura de los mismos. En el campo de las Finanzas Corporativas, la visión global se delimita básicamente a tres tipos de decisiones de negocios – inversión, financiamiento y dividendos. Las decisiones de inversión definirán dónde invertir los recursos o fondos que la empresa ha generado internamente o externamente, las decisiones de financiamiento atenderán a la forma de como allegarse dichos recursos para financiar tales inversiones, mientras que la forma y el monto en que los propietarios o accionistas obtendrán el retorno requerido por sus inversiones serán canalizados a través de decisiones o políticas de dividendos (Damodaran, 2010).

En términos de estructura de capital, existen solo dos componentes que tradicionalmente los negocios han utilizado para adquirir ó generar recursos para llevar a cabo sus decisiones de financiamiento: la deuda y el patrimonio.

Deuda se podría definir como cualquier vehículo de financiamiento con la obligación contractual de pago para la empresa, no vinculada al desempeño de la misma. Entre sus principales características, se puede mencionar que la deuda conlleva el pago de intereses deducibles de impuestos, tiene una duración pre-establecida así como prioridad en los flujos de efectivo generados por la empresa tanto en períodos operativos como en procesos de bancarrota (Damodaran, 2014).

En sentido opuesto, el patrimonio se conceptualiza como cualquier medio de financiamiento que representa un reclamo residual sobre la empresa y que no crea ninguna deducción fiscal sobre los pagos vía dividendos hechos a los accionistas. Así mismo, el patrimonio tiene una duración indeterminada, provee control sobre la administración del negocio y no tiene preferencia sobre los flujos de efectivo en proceso de bancarrota (Damodaran, 2014).

3. Método

Según Damodaran (2014) para el desarrollo de los cálculos bajo la teoría del Trade-off existen diferentes acercamientos, siendo los más utilizados los siguientes:

Costo de Capital: El coeficiente óptimo de deuda es el que minimiza el costo de capital.

Costo de Capital mejorado: El coeficiente óptimo de deuda es el que genera la mejor combinación de bajo costo de capital y una alta utilidad operacional.

Valor presente ajustado: Busca maximizar el valor de la empresa mediante la determinación de coeficiente óptimo de deuda.

Sectorial: El coeficiente óptimo de deuda es el que más acerca a la empresa a la mezcla de financiamiento del sector.

Ciclo de vida: El coeficiente óptimo de la empresa será el que mejor se ajuste a ella, dependiendo de la etapa en la que se encuentre.

Para determinar la estructura de capital se consideran los parámetros que maximizan el valor completo de la empresa incluyendo el menor costo de capital, valor de la acción y valor de la misma, por lo cual el acercamiento del valor presente ajustado es el seleccionado para el desarrollo del presente trabajo.

En la aplicación de la teoría, se han seleccionado a Alfa S.A.B. de C.V. y Grupo Carso S.A.B. de C.V., siendo las dos empresas con mayor valor de mercado pertenecientes al sector industrial de la Bolsa Mexicana de Valores. Se accedieron a sus estados financieros consolidados y se obtuvieron los siguientes parámetros: el coeficiente de deuda contra capital, costo de capital, valor de la compañía y valor de la acción. Siendo éstos los parámetros determinados previamente como los que determinan la maximización del valor de la empresa.

Posteriormente se aplicará el modelo de Damodaran (2014) que considera la siguiente información financiera de la compañía: UAFIRDA, Depreciación y amortización, Gasto en capital, Gasto en intereses, Tasa marginal de impuestos, Calificación actual de los bonos de la deuda, Costo actual de la deuda antes de impuestos, Número de acciones flotantes, Valor actual de la acción, Beta de la compañía, Efectivo y acciones comerciales, Valor en libros de la deuda, Magnitud de los costos de bancarrota, Tasa libre de riesgo, Premio al riesgo de capital por país con respecto a mercados desarrollados, Ajuste por riesgo país para el costo de la deuda, y Arrendamientos de la compañía para la operación.

El modelo considera constantes todos los factores previamente señalados, es decir, considera constante la situación actual de la compañía y muestra como haciendo un cambio en la relación deuda con respecto a capital podría mejorar el valor de la compañía. Al aplicar el modelo se evalúan los diferentes cambios en los parámetros de la compañía para así mostrar la estructura óptima de capital con los nuevos valores del coeficiente deuda contra capital, costo del capital, valor de la compañía y valor de la acción.

En la tabla 2 se muestran los valores predeterminados de algunos factores por tratarse de empresas mexicanas que operan dentro del sector industrial.

Tabla 2

Factores Macroeconómicos en México (valores predeterminados)

Factores	Valor
----------	-------

Tasa marginal de impuestos	30%
----------------------------	-----

Premio al riesgo de capital por país con respecto a mercados desarrollados	7.55%
--	-------

Diferencial por incumplimiento 1.20%

Fuente: Elaboración propia (2015).

Las ecuaciones para la determinación de los parámetros se muestran a continuación, comenzando por la ecuación para obtener el costo de capital en México:

El Costo promedio ponderado de capital se calcula mediante:

$$WACC = k_d \left[\frac{d}{(d+e)} \right] + k_e \left[\frac{e}{(d+e)} \right] \quad (1)$$

Dónde:

K_d = Costo de deuda después de impuestos

K_e = Costo de capital propio

d = Valor de mercado de la deuda financiera

e = Valor de mercado del capital contable

El Costo de capital propio (k_e) se determina mediante la ecuación:

$$k_e = R_f + B(R_p) \quad (2)$$

Dónde:

K_e = Costo de capital

R_f = Tasa libre de riesgo

B = Beta de la empresa

R_p = Premio al riesgo de mercado

El Costo de deuda (k_d) se determina usando la ecuación:

$$k_d = (1-t)(i + DPI) \quad (3)$$

Dónde:

t = Tasa marginal de impuestos

i = Tasa de interés antes de impuestos

DPI = Diferencial por incumplimiento

Para calcular el nuevo valor de la empresa usando deuda, aplicamos la ecuación:

$$\text{Valor de la empresa} = \text{Valor de la empresa} \left[\frac{1}{1 + \frac{\text{DPI}}{\text{Costo de la deuda}}} \right] + (\text{Beneficio en impuestos de la deuda} - \text{Costo esperado de bancarrota debido a la deuda}) \quad (4)$$

Para estimar el nuevo valor de la acción usamos la ecuación:

$$EV_d = EV + \frac{IV_f}{\# \text{ acc}} \quad (5)$$

EV_d = Valor de acción de la empresa apalancada

IV_f = Incremento en el valor de la empresa

acc = número de acciones flotantes

4. Resultados

La información financiera de la empresa Alfa S. A. B. de C. V. para aplicar al modelo se muestra a continuación:

UAFIRDA : \$22,017.00 millones de pesos

Depreciación y amortización: \$7,392.00 millones de pesos

Gasto en capital: \$19,314.00 millones de pesos

Gasto en intereses: \$3,384.00 millones de pesos

Tasa de impuestos: 30%

Calificación crediticia: Baa2/BBB

Tasa de interés antes de impuestos: 5.90%

Número de acciones flotantes: 5,143 millones de acciones

Valor de la acción: \$32.21 pesos

Beta de la compañía: 1.43

Efectivo y acciones comerciales: \$11,902.00 millones de pesos

Valor en libros de la deuda: \$57,454.00 millones de pesos

Tasa libre de riesgo: 3.18%

Premio al riesgo de capital por país con respecto a mercados desarrollados: 7.55%

Ajuste del país para el costo de la deuda: 1.20%

Los resultados se muestran en la tabla 3.

Tabla 3.

Estructura Actual y Óptima de Alfa, S.A.B. de C.V.

	Actual	Optima
Coefficiente Deuda a Capital	25.75%	30.00%
Costo de Capital	11.44%	11.30%
Valor de la Compañía	\$211,192	\$214,768
Valor de la acción	\$32.21	\$32.91

Fuente: Elaboración propia (2015).

Los resultados muestran que si bien la estructura actual de Alfa S. A. B. de C. V. no es la óptima, está muy cercana de serlo. El modelo plantea modificar el coeficiente Deuda contra Capital de 25.75% a 30% que se considera el óptimo, la empresa deberá acceder a financiamiento adicional por \$9,474 millones de pesos, disminuyendo su costo de capital en 0.14%, el valor de la compañía se incrementaría en \$3,576 millones de pesos y el valor de la acción crecerá \$0.70 pesos.

La información de Grupo Carso S. A. B. de C. V. para aplicar al modelo se muestra a continuación:

UAFIRDA : \$18,600.60 millones de pesos

Depreciación y amortización: \$1,533.44 millones de pesos

Gasto en capital: \$1,177.21 millones de pesos

Gasto en intereses: \$581.37 millones de pesos

Tasa de impuestos: 30%

Calificación crediticia: Aa2/AA

Tasa de interés antes de impuestos: 4.85%

Número de acciones flotantes: 2,290 millones de acciones

Valor de la acción: \$64.23 pesos

Beta de la compañía: 0.6614

Efectivo y acciones comerciales: \$10,435.88 millones de pesos

Valor en libros de la deuda: \$8,886.88 millones de pesos

Tasa libre de riesgo: 3.18%

Premio al riesgo de capital por país con respecto a mercados desarrollados: 7.55%

Ajuste del país para el costo de la deuda: 1.20%

Los resultados se muestran en la tabla 4.

Tabla 4

Estructura Actual y Óptima de Grupo Carso, S.A. de C.V.

Actual Optima

Coefficiente Deuda a Capital 5.70% 50.00%

Costo de Capital 7.90% 7.62%

Valor de la Compañía \$145,538 \$150,661

Valor de la acción \$64.23 \$66.47

Fuente: Elaboración propia (2015)

Los resultados muestran que la estructura de capital de Grupo Carso S. A. B. de C. V. no solo no es la óptima sino que se encuentra lejos de que su coeficiente deuda capital lo sea. El modelo plantea que para modificar la relación Deuda con respecto a Capital de un 5.70% a 50%, la empresa debería acceder a financiamiento adicional por \$69,100 millones de pesos, al hacerlo reduciría su costo de capital en 0.29% y el valor de la compañía aumentaría en \$5,123 millones de pesos y el valor de la acción en \$2.24 pesos.

5. Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación, se puede concluir que en la estructura óptima de capital de las empresas utilizadas, de acuerdo al modelo desarrollado por Aswath Damodaran, verdaderamente existe una relación inversa entre el Costo de capital (WACC) y el Valor de la empresa (MarketCap), tal y como lo señala la teoría del “Trade-off” (Apéndice I y II).

En la aplicación del modelo se generó evidencia contundente de que las empresas manejan estructuras de capital diferentes a las óptimas. Además, se pudo constatar que empresas del mismo sector tienen estructuras diferentes y que existen áreas de oportunidad, lo que les genera desventajas competitivas con respecto a sus competidores.

Apoyamos nuestra hipótesis de que una estructura de capital basada en la teoría del Trade-off y el modelo de Damodaran, maximiza el valor de la compañía y minimiza el costo de capital.

6. Bibliografía

- Alti, A. (2006). How Persistent Is the Impact of Timing on Capital Structure?. *Journal of Finance*, 61 (4), 1681 – 1710.
- Baker, M. y Wurgler, J. (2002). Market timing and capital structure. *Journal of Finance*, 57 (1), 1 – 32.
- Berumen, J. G., García, P. y Domenge, R. (2011). Determinantes de la estructura de capital en la pequeña y mediana empresa familiar en México. *Contaduría y Administración*, 57 (3), 67 - 96.
- Canarella, G., Nourayi, M. y Sullivan, M. (2014). An alternative test of the Trade-off theory of capital structure. *Contemporary Economics*, 8 (4), 365 – 385.
- Damodaran, Aswath. (Octubre 2014). *Applied Corporate Finance: A User's Manual (Fourth Edition)*. Obtenido el 19 de Abril del 2015 desde: <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>
- Damodaran, Aswath. (Febrero 2010). *Applied Corporate Finance: A User's Manual (Third Edition)*. Obtenido el 19 de Abril del 2015 desde: <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>
- Frank, M. Z. y Goyal, V. K. (2007). Trade off and Pecking Order Theories of Debt. Obtenido el 14 de Abril desde: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=670543
- Frydenberg, S. (2004). Theory of Capital Structure - A Review. Obtenido el 14 de Abril desde: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=556631
- Graham, J. R. y Leary, M. T. (2011). A Review of Empirical Capital Structure Research and Directions for the Future. Obtenido el 7 de Abril del 2015 desde: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1729388
- Hackbarth, D., Hennessy, C. A., Leland, H. E. (2011). Can the Trade-off Theory Explain Debt Structure?. *The Review of Financial Studies*, 20 (5), 1390 – 1428.

- Huang, R. y Ritter, J. R. (2004). Testing the Market Timing Theory of Capital Structure. Obtenido el 2 de Abril del 2015 desde: <https://www3.nd.edu/~pschultz/HuangRitter.pdf>
- Jahanzeb, A., Rehman, S., Hafiz, N., Karami, M. y Ahmadimousaabad, A. (2014). Trade-off Theory, Pecking Order Theory and Market Timing Theory: A Comprehensive Review of Capital Structure Theories. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 1 (1) 11- 18.
- Kraus, A. y Litzenberger, R. H. (1973). A State-Preference Model of Optimal Financial Leverage. *Journal of Finance*, 28 (4) 911 – 922.
- Jensen, M. C. y Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3 (4), 305-360.
- Modigliani, F. y Miller M. H. (1958). The Cost of Capital, Corporate Finance and the Theory of Investment. *American Economic Review*, 48 (3), 261 – 297.
- Myers, S. C. y Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have". *Journal of Financial Economics*, 13 (2) 187–221.
- Ortiz, R., Martínez, M., y López, I. (2014). Estructura de capital de las empresas del sector telecomunicaciones que cotizan en la BMV. In *Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook T-IV: Congreso Interdisciplinario de Cuerpos Académicos* (pp. 281- 292). ECORFAN.
- Ross, S. A. (1977). The Determination of Financial Structure: The Incentive - Signalling Approach. *The Bell Journal of Economics*, 8 (1) 23-40.
- Shyam – Sunder, L. y Myers, S. C. (1999). Testing static Trade-off against pecking order models of capital structure, 51, 219 – 244.
- Taha, R. y Sanusi, A. (2014). Overview of Capital Structure Theory. *Studies in Business & Economics*. 9 (2) 108 – 116.
- Weston, J., & Brigham, E. (1970). *Managerial Finance - The financial life cycle of the firm*. Holt, Rinehart & Winston of Canada Ltd; 3rd. revised edition
- Zeitun, R. y Tian, G. (2007). Capital Structure and Corporate Performance: Evidence from Jordan. *Australasian Accounting Business & Finance Journal*, 1 (4) 40 – 61.



FACTORES DE RIESGO EN MÉXICO: ANÁLISIS DE LOS REPORTES ANUALES DE LAS EMPRESAS PERTENECIENTES AL ÍNDICE DE PRECIOS Y COTIZACIONES

Autores:

Cynthia Abigail Cruz Martínez

*Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.
cynthia.abigail.cruz@gmail.com, Cubículo 14, Madero #849 Colonia Moderna, , C.P. 78233, San Luis
Potosí, S.L.P., México, Tel: (444) 834.99.16 al 23 Ext 105.*

Rosalba Martínez Hernández

*Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.
rosalba.martinez@uaslp.mx, Cubículo 14, Madero #849 Colonia Moderna, C.P. 78233, San Luis Potosí,
S.L.P., México, Tel: (444) 834.99.16 al 23 Ext 105.*

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 15/Abril/2015

Resumen.

En un entorno dinámico e incierto, surge un enfoque holístico de administración de riesgos (Enterprise Risk Management ERM) reconocido a nivel global por su exigencia en el marco de los mercados financieros, en donde destacan las prácticas de los países anglosajones. En el proceso ERM la identificación de los factores de riesgo, desempeña un papel crucial. De ahí que este trabajo, parte de un proyecto de investigación más amplio, aborda el enfoque ERM y analiza los factores de riesgo que reportan las empresas cotizadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) al año 2013, mediante el análisis de contenido. La principal contribución de este trabajo es la construcción del inventario de riesgos que detectan las empresas mexicanas, con base en una clasificación propuesta, en el que sobresalen la dependencia de terceros, la industria competitiva y la dependencia de subsidiarias.

Palabras Clave: Administración de Riesgos Empresariales (ERM), Factores de Riesgo, Índice de Precios y Cotizaciones (IPC), Reportes Anuales.

Abstract

In a dynamic and uncertain environment, a holistic approach "Enterprise Risk Management (ERM)" has emerged. It has been recognized and required globally in the context of financial markets. In this context the practices of Anglo-Saxon countries has been highlighted. In the ERM process, identifying risk factors plays a crucial role. Hence this work, part of a larger research project, addresses the ERM and makes an approach. Specifically it analyzes the risk factors reported to 2013 by firms listed on the Mexican Stock Exchange (BMV) through a content analysis. The main contribution of this work is the construction of inventory of risks that Mexican companies has reported, based on a proposal classification. Dependence on third parties, competitive industry and the dependence of subsidiaries are the main risks reported.

Key Words: Annual Reports, Enterprise Risk Management (ERM), Index of Prices and Quotations (IPC), Risk Factors.

1. Introducción

La globalización y sus efectos evidentes ante los cambios tecnológicos, científicos, económicos, sociales, políticos y culturales, aunados a los cambios en el medio ambiente, han propiciado un entorno de incertidumbre y riesgos para las organizaciones. De ahí que en los tiempos actuales es lógico escuchar que se habla de una sociedad de riesgo global (Beck, 1998), insertada en el mundo híbrido hecho por el hombre, dibujando una imagen en la que las circunstancias de la modernidad son contingentes.

Frente a este contexto, las organizaciones se enfrentan al desafío de modificar sus procesos internos en cada uno de sus departamentos o áreas funcionales (Recursos Humanos, Finanzas, Mercadotecnia, Logística, Producción, etc.). A fin de adaptarse al entorno, incluso, han experimentado la necesidad de adoptar nuevos sistemas, políticas, programas, enfoques estratégicos y acciones que les permitan gestionar los riesgos.

Un riesgo es “la posibilidad de que un hecho determinado (cualquiera) pueda ocurrir” (Rojas, 2002) y tiene dos componentes, probabilidad e impacto. La probabilidad es la posibilidad porcentual de que un evento positivo o negativo ocurra realmente, en tanto que el impacto mide la severidad con que se presentarán los efectos favorables o adversos si el riesgo se convierte en certidumbre (Rojas, 2002).

El desempeño exitoso de toda empresa consiste entonces en saber detectar los riesgos y amenazas a los que se enfrentan, para enseguida formular las estrategias y acciones que permitan el mejoramiento constante en las organizaciones.

Lo anterior ha dirigido a las organizaciones a buscar formas eficientes de administrar los riesgos. Los países pertenecientes al contexto anglosajón han sido pioneros en desarrollar diferentes prácticas de gestión y divulgación de riesgos a través de sus reportes anuales.

Asimismo, el tema de gestión de riesgos ha sido objeto de estudio en otros países, sin embargo en México todavía es un tema incipiente. ¿Qué riesgos enfrentan las organizaciones frente a un entorno globalizado? ¿Qué mecanismo se desarrolla en la práctica profesional para administrar los riesgos? ¿Qué riesgos detectan las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores? ¿Qué riesgos reportan dichas empresas a sus grupos de interés? A fin de dar respuesta a estas interrogantes mediante este trabajo, parte de un proyecto de investigación más amplio, se plantean dos objetivos.

Analizamos en primer lugar los conceptos de la gestión de riesgos desde una doble perspectiva, tanto académica, con base a la revisión de la literatura previa, como desde la perspectiva de la práctica profesional, con base en los documentos emitidos por diferentes asociaciones contables y firmas de contabilidad y auditoría (Apartado 1).

Posteriormente, en este trabajo se detallan algunos aspectos correspondientes al diseño de la investigación, como el enfoque cualitativo y la técnica de análisis de contenido aplicada a los reportes anuales de 35 empresas cotizadas en la Bolsa Mexicana de Valores, y pertenecientes al IPC (Apartado 2).

Con la finalidad de presentar como resultados los factores de riesgo que las empresas cotizadas identifican (Apartado 3), en la parte final de este trabajo de investigación, se presenta un

inventario de riesgos y se detallan aquellos que más informaron las empresas en sus reportes anuales, a modo de conclusión.

Este trabajo supone elementos de referencia en el tema de gestión de riesgos, de utilidad tanto para las organizaciones que se desempeñan en la práctica profesional, específicamente para los gestores y directivos que requieren tomar decisiones en relación a la identificación y respuesta (medición, análisis y control) a los riesgos, destacando los miembros del Consejo de Administración.

Asimismo, puede ser considerado como un trabajo punto de partida, para la comunidad académica que desea contribuir a la línea de investigación de la administración de riesgos en México al tiempo que se hace una contribución a nivel global en este tema.

2. Marco teórico

El clima de incertidumbre que en la actualidad experimentan las organizaciones ha propiciado el desarrollo e implementación de una infinidad de estrategias para evitar el impacto negativo del ambiente global. Entre ellas destaca la gestión de riesgos con un enfoque holístico e integrado (Enterprise Risk Management, ERM) reconocido formalmente en la década de los noventas. Desde entonces se han considerado diferentes conceptos en la literatura, como los que hemos recogido en la Tabla 1.

Para efectos de este trabajo se entiende que la gestión de riesgos es un proceso mediante el cual las organizaciones evalúan, controlan y gestionan los riesgos a fin de incrementar el valor a todos sus grupos de interés.

Adicionalmente, el proceso de gestión de riesgos ha sido ampliamente abordado desde la perspectiva profesional con base en algunas aportaciones realizadas por las cuatro grandes firmas de contabilidad y auditoría. Entre ellas Deloitte & Touche (Curtis, Patchin; Carey, Mark, 2012) han detallado las fases de la gestión de riesgos (ver Tabla 2).

Tabla 1 Conceptos de administración de riesgos (ERM)

Autor	Concepto
Dickinson (2001)	ERM es un enfoque sistemático e integrado de la gestión de los riesgos totales que enfrenta la compañía.
D'Arcy and Brogan (2001) Casualty Actuary Society	ERM es el proceso por el cual las organizaciones de todos los sectores evalúan, controlan, explotan y financian los riesgos de todas las fuentes, con el fin de incrementar el valor a corto y largo plazo de sus grupos de interés.
Harrington et al., 2002	ERM surgió a finales de 1990 como un enfoque en el que una empresa debe identificar y (cuando sea posible) medir todas sus exposiciones al riesgo - incluidos los riesgos operacionales y competitivos - y gestionarlos dentro de un único entorno de trabajo unificado en contraste con el enfoque de silos para la gestión de riesgos.
Meulbroek (2002)	Gestión integrada de riesgos es la identificación y evaluación de los riesgos colectivos que afectan el valor de la empresa, y la implementación de una estrategia de toda la empresa para gestionar esos riesgos.
Barton et al., 2002	La gestión de riesgos en toda la empresa cambia la gestión del riesgo a partir de un enfoque limitado y fragmentado, por conveniencia a un enfoque integrado, continuo y ampliamente enfocado.
Verbrugge et al. (2003)	ERM involucra a toda la empresa y ofrece una visión integral, en lugar de una visión limitada e independiente por departamentos.
Liebenberg and Hoyt (2003)	A diferencia del enfoque "basado en silos" o tradicional, la gestión del riesgo empresarial, ERM permite a las empresas beneficiarse de un enfoque integrado de la gestión de riesgos que cambia el enfoque de la función de gestión de riesgos principalmente reactivo a uno proactivo y estratégico. ERM permite a las empresas gestionar una amplia gama de riesgos de una manera integrada y holística.
Kleffner et al., 2003	En contraste con el enfoque tradicional de "silos", el enfoque ERM requiere un enfoque de toda la compañía en la identificación, evaluación y gestión del riesgo.
Miller and	Gestión integrada de riesgos es la consideración de toda la gama de contingencias

Waller (2003)	inciertas que afectan el rendimiento empresarial.
Sobel and Reding (2004)	ERM es un enfoque estructurado y disciplinado que ayuda a la empresa a entender y gestionar las incertidumbres y abarca todos los riesgos de negocio utilizando un enfoque integrado y holístico.

Fuente: Bromiley, et al. (2014).

Como se observa en la Tabla 2, el proceso inicia con la identificación de riesgos, pues diariamente las organizaciones se enfrentan a un clima de incertidumbre ante situaciones como las guerras, desastres naturales, inflación, problemas sociales y políticos que impiden el desarrollo del comercio y originan un declive en el ambiente interno de la organización. Estos factores son considerados riesgosos para las operaciones de la organización.

De ahí la necesidad de entender que la identificación de las “zonas de peligro” (Zapata, 2008) sea, en nuestra opinión una fase crucial porque permite a las empresas detectar los principales factores de riesgo. A este respecto cabe señalar que en la literatura [(Zapata, 2008) y (Cabedo Semper & Tirado Beltrán, 2009)] existen diferentes clasificaciones de riesgos, entre ellas, Zapata (2008) identifica 6 tipos de riesgos: 1) riesgos estratégicos, 2) riesgos operacionales, 3) riesgos humanos, 4) riesgos financieros, 5) riesgos legales y 6) riesgos de imagen.

Adicionalmente, los riesgos (1, 3 y 4) que describe la autora se subclasifican. Así, como parte de los (1) riesgos estratégicos, Zapata (2008) contempla los riesgos, del país, nacionalización o expropiación, convertibilidad, transferencia; y como parte de los (3) riesgos humanos a los riesgos de autoridad y riesgo de hombre clave. En tanto que los (4) riesgos financieros incluyen los riesgos en las tasas de interés, tipo de cambio, crediticios y liquidez.

Por su parte, Cabedo y Tirado (2009) identifican dos grandes categorías de riesgos: riesgos financieros y riesgos no financieros. Los citados autores clasifican en riesgos financieros, 1)

riesgo de tipo de interés, 2) riesgo de tipo de cambio, 3) riesgo commodity, 4) riesgo de crédito y 5) riesgo de liquidez. Mientras que los riesgos no financieros son: 1) riesgo operacional, 2) riesgo de negocio, 3) riesgo estratégico, 4) riesgo de cumplimiento, 5) riesgo de procesamiento de información, 6) riesgo integral y 7) otros riesgos.

Tabla 2. Proceso de gestión de riesgos

Identificar los riesgos.	Desarrollar criterios de evaluación.	Evaluar los riesgos.	Evaluar las interacciones de riesgo.	Priorizar riesgos.	Responder a los riesgos.
<p>El proceso de identificación del riesgo (o evento) precede a la evaluación de riesgos y produce una lista completa de riesgos (y, a menudo las oportunidades también), organizado por categoría de riesgo (financieros, operativos, estratégicos, de cumplimiento) y subcategoría (mercado, crédito, liquidez, etc.) para las unidades de negocios, eventos corporativos y proyectos de capital. Mientras que cada riesgo capturado puede ser importante para la gestión a nivel de función y unidad de negocio, la lista de prioridades requiere enfocar la</p>	<p>La primera actividad dentro del proceso de la evaluación de riesgos es el desarrollo de un conjunto común de criterios de evaluación que se desplegarán en todas las unidades de negocios, eventos corporativos y amplios proyectos de capital. Riesgos y oportunidades suelen ser evaluados en términos de impacto y probabilidad. Muchas empresas reconocen la utilidad de la evaluación de riesgo a lo largo de las dimensiones adicionales, tales como la vulnerabilidad y la rapidez con que inicia.</p>	<p>La evaluación de riesgos consiste en la asignación de valores a cada riesgo y la oportunidad usando los criterios definidos. Esto puede lograrse en dos etapas donde se realiza una selección inicial de los riesgos utilizando técnicas cualitativas seguido por un análisis más cuantitativo de los riesgos más importantes.</p>	<p>Los riesgos no existen de manera aislada. Las empresas han llegado a reconocer la importancia de la gestión de las interacciones de riesgo. Incluso los riesgos aparentemente insignificantes por su cuenta tienen el potencial, ya que interactúan con otros eventos y condiciones, para causar graves daños o crear oportunidad importante. Por lo tanto, las empresas están migrando hacia una visión integral u holística de riesgos utilizando técnicas tales como matrices de interacción de riesgo, diagramas y distribuciones de probabilidad</p>	<p>La priorización de riesgos es el proceso de determinar las prioridades de gestión de riesgos mediante la comparación del nivel de riesgo respecto a los niveles de riesgo objetivo predeterminado y los umbrales de tolerancia. El riesgo se analiza no sólo en términos de impacto y probabilidad financiera, sino también los criterios subjetivos como la salud y la certeza de impacto, impacto reputacional, la vulnerabilidad y rapidez con que actúa.</p>	<p>Los resultados del proceso de la evaluación de riesgos sirven posteriormente como un elemento principal para dar respuestas al riesgo mediante el cual se examinan las opciones de respuesta (aceptar, reducir, compartir o evitar), a realizar, el análisis de costo-beneficio, una estrategia de respuesta y los planes de respuesta a los riesgos desarrollados.</p>

alta dirección y la atención en los riesgos clave. Esta priorización se lleva a cabo mediante la realización de la evaluación del riesgo.			agregadas.		
--	--	--	------------	--	--

Fuente: Elaboración propia con base en el documento de Deloitte & Touche (Curtis, Patchin; Carey, Mark, 2012)

Por otro lado la perspectiva de la práctica profesional apunta hacia diferentes clasificaciones realizadas por algunas asociaciones profesionales y, como ya habíamos señalado por las grandes firmas de contabilidad y auditoría, como el IMA (G. Shenkir & L. Walker, 2007), Deloitte & Touche (Curtis, Patchin; Carey, Mark, 2012) y Ernst & Young (Ernst & Young Global Limited, 2014).

Para el Institute of Management Accountants (G. Shenkir & L. Walker, 2007), las categorías de riesgo incluyen los riesgos, operacionales, financieros y estratégicos; controlables o no controlables y; externos o internos. La categorización del riesgo pueden ser financieros o no financieros y asegurable o no asegurable. Algunas compañías también categorizan los riesgos como cuantificables o no cuantificables.

Deloitte & Touche (Curtis, Patchin; Carey, Mark, 2012) aborda una clasificación de los riesgos propuesta por el Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) en dos categorías la primera de ellas considera: 1) riesgos financieros, 2) riesgos operativos, 3) estratégicos y 4) de cumplimiento y la segunda identifica los riesgos de mercado, de crédito, y de liquidez.

Ernst & Young (Ernst & Young Global Limited, 2014) promueve una clasificación en donde se incluyan solo cuatro tipo de riesgos, como lo son los riesgos: estratégicos, operacionales, financieros, cumplimiento. Las diferentes clasificaciones tanto desde la perspectiva académica como de la perspectiva profesional las hemos reflejado en la Tabla 3.

Tabla 3. Clasificación de riesgos

CLASIFICACIÓN DE RIESGOS	(IMA 2007)	(DELOITTE & TOUCHE 2012)	(ERNST & YOUNG 2014)	(CABEDO Y TIRADO 2009)	(ZAPATA 2008)
Riesgos operacionales	<input type="checkbox"/>				
Riesgos estratégicos	<input type="checkbox"/>				
País					<input type="checkbox"/>
Nacionalización o expropiación					<input type="checkbox"/>
Convertibilidad					<input type="checkbox"/>
Transferencia					<input type="checkbox"/>
Riesgos financieros	<input type="checkbox"/>				
Tasas de interés/riesgos de interés				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tipo de cambio/riesgos de cambio		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riesgos de crédito		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riesgos de liquidez		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Riesgos no financieros					<input type="checkbox"/>
Riesgos legales					<input type="checkbox"/>
Riesgos de imagen					<input type="checkbox"/>
Riesgos humanos					<input type="checkbox"/>
Riesgos de autoridad					<input type="checkbox"/>
Riesgo de hombre clave		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Riesgo de cumplimiento				<input type="checkbox"/>	
Riesgos de commodity				<input type="checkbox"/>	
Riesgos de negocio				<input type="checkbox"/>	
Riesgos de procesamiento de información				<input type="checkbox"/>	
Riesgo Integral		<input type="checkbox"/>			
Otros riesgos.	<input type="checkbox"/>				
Riesgos de mercado	<input type="checkbox"/>				
Controlable	<input type="checkbox"/>				
No controlable	<input type="checkbox"/>				

Externo	<input type="checkbox"/>				
Interno	<input type="checkbox"/>				
Asegurables	<input type="checkbox"/>				
No asegurables	<input type="checkbox"/>				

Fuente: Elaboración propia.

3. Método

Enfoque. El enfoque de esta investigación es cualitativo porque pretende dar profundidad a los datos, los detalles y experiencias (Hernández Sampieri et al, 2006) de los factores de riesgos que las empresas reportan en sus informes anuales.

Alcance. El alcance de esta investigación es descriptivo porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles (Hernández Sampieri et al, 2006) de los factores de riesgo. Asimismo, es de corte transversal porque analizamos las empresas en un solo momento del tiempo. Específicamente, analizamos los reportes anuales de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores para el año 2013 por considerarlo el más reciente. Adicionalmente, es importante señalar que se consideró únicamente el análisis del apartado “Factores de riesgo” de dicho reporte anual.

Técnica. La técnica utilizada para el análisis de datos es el análisis de contenido por considerarlo, en palabras de Chaves (2002) “el más ilustrativo de acuerdo con los propósitos perseguidos, el tipo de documentos disponibles y la naturaleza de posibles investigaciones futuras.”

Selección y caracterización de la muestra. Las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores constituyen la población objeto de estudio. Al día 24 de Septiembre de 2014 se encontraban listadas 144 empresas en la BMV. Para este estudio la muestra comprende 35 empresas que se encuentran listadas en el IPC al día 13 de Marzo de 2015 (Ver Tabla 4). Se ha

considerado esta muestra porque el IPC, es el principal indicador del comportamiento del Mercado Mexicano de Valores y “expresa el rendimiento del mercado accionario en función de las variaciones en los precios de una muestra balanceada, ponderada y representativa del conjunto de Emisoras cotizadas en la Bolsa, basado en las mejores prácticas internacionales” (Bolsa Mexicana de Valores, 2014).

Tabla 4. Muestra de empresas analizadas

No.	Clave de la emisora	Razón social
1.	AC	ARCA CONTINENTAL, S.A.B. DE C.V.
2.	ALFA	ALFA, S.A.B. DE C.V.
3.	ALPEK	ALPEK, S.A.B. DE C.V.
4.	ALSEA	ALSEA, S.A.B. DE C.V.
5.	AMX	AMERICA MOVIL, S.A.B. DE C.V.
6.	ASUR	GRUPO AEROPORTUARIO DEL SURESTE, S.A.B. DE C.V.
7.	BIMBO	GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V.
8.	BOLSA	BOLSA MEXICANA DE VALORES, S.A.B. DE C.V.
9.	CEMEX	CEMEX, S.A.B. DE C.V.
10.	COMERCI	CONTROLADORA COMERCIAL MEXICANA, S.A.B. DE C.V.
11.	ELEKTRA	GRUPO ELEKTRA, S.A.B. DE C.V.
12.	FEMSA	FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.
13.	GAP	GRUPO AEROPORTUARIO DEL PACIFICO, S.A.B. DE C.V.
14.	GCARSO	GRUPO CARSO, S.A.B. DE C.V.
15.	GENTERA	GENTERA, S.A.B. DE C.V.
16.	GFINBUR	GRUPO FINANCIERO INBURSA, S.A.B. DE C.V.
17.	GFNORTE	GRUPO FINANCIERO BANORTE, S.A.B. DE C.V.
18.	GFREGIO	BANREGIO GRUPO FINANCIERO, S.A.B. DE C.V.
19.	GMEXICO	GRUPO MEXICO, S.A.B. DE C.V.
20.	GRUMA	GRUMA, S.A.B. DE C.V.
21.	ICA	EMPRESAS ICA, S.A.B. DE C.V.
22.	ICH	INDUSTRIAS CH, S.A.B. DE C.V.
23.	IENOVA	INFRAESTRUCTURA ENERGETICA NOVA, S.A.B. DE C.V.
24.	KIMBER	KIMBERLY - CLARK DE MEXICO S.A.B. DE C.V.
25.	KOF	COCA-COLA FEMSA, S.A.B. DE C.V.
26.	LAB	GENOMMA LAB INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V.
27.	LALA	GRUPO LALA, S.A.B. DE C.V.
28.	LIVEPOL	EL PUERTO DE LIVERPOOL, S.A.B. DE C.V.
29.	MEXCHEM	MEXICHEM, S.A.B. DE C.V.
30.	OHLMEX	OHL MEXICO, S.A.B. DE C.V.
31.	PE&OLES	INDUSTRIAS PEÑOLES, S. A.B. DE C. V.
32.	PINFRA	PROMOTORA Y OPERADORA DE INFRAESTRUCTURA, S.A.B. DE C.V.
33.	SANMEX	GRUPO FINANCIERO SANTANDER MEXICO, S.A.B. DE C.V.
34.	TLEVISA	GRUPO TELEVISIA, S.A.B.
35.	WALMEX	WAL - MART DE MEXICO, S.A.B. DE C.V.

Fuente: Relación de empresas comprendidas en el IPC, publicadas por la BMV al día 13 de marzo de 2015.

4. Resultados

Con la finalidad de analizar los 1223 factores de riesgo que informaron las 35 empresas que cotizan en el IPC de la Bolsa Mexicana de Valores, mediante los reportes anuales presentados al año 2013. Se optó por encontrar una relación entre los factores de riesgo que determinara el orden de presentación en este trabajo por tipo de riesgo.

Así, se clasificó a los factores en dos categorías iniciales, factores externos y factores internos, para facilitar la lectura del inventario de riesgos. Entre los factores externos se enlistaron aquellos relacionados a los riesgos de aspectos (1) jurídicos y normativa, (2) estratégicos, (3) competencia, (4) económicos, (5) medio ambientales, (6) sociopolíticos y (7) tecnológicos. Entre los factores internos se subclasificaron a los riesgos (1) corporativos, (2) financieros, (3) legales (4) operacionales y (5) recursos humanos.

A continuación se identificaron las palabras clave de cada frase que describía un factor de riesgo en el apartado de “Factores de riesgo” para cada empresa y se relacionó y clasificó acorde a las líneas que anteceden este párrafo.

Así, como se observa en la Tabla 5, el tipo de riesgos que más revelan las empresas, en primer lugar, son los relacionados a los aspectos jurídicos y normativa (223 riesgos) entre los que se consideran: las demandas, procesos judiciales, administrativos o arbitrales, litigios; la requisa de bienes, nacionalización o expropiación; los cambios en el ambiente regulatorio, específicamente los relacionados a las reformas aprobadas en materia de regulaciones ambientales, las regulaciones de la Comisión Federal de Competencia Económica, las reformas fiscales, la Ley del Seguro Social, la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita, la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Ley de Propiedad Industrial, la Ley Federal del Trabajo, la Ley Federal de Telecomunicaciones, las legislaciones derivadas de la preocupación por la obesidad y salud personal; los sectores altamente regulados y las Normas de Seguridad en alimentos; el régimen de control de precios de los países; las barreras comerciales; los incrementos en derechos, impuestos y regalías; los Tratados de Libre Comercio; las políticas gubernamentales; las concesiones públicas; los incrementos en aranceles o limitaciones en cupos de importación de productos y equipos; la renovación, mantenimiento, revocación o cancelación de permisos y aprobaciones, concesiones y autorizaciones.

En segundo lugar las empresas reportan factores de riesgos que se clasifican como Corporativos (194 riesgos) entre los que destacan la dependencia de subsidiarias, los derechos de voto limitado por accionistas extranjeros; conflictos de interés; el incumplimiento con requisitos de la BMV; conflictos por nula reclamación diplomática para accionistas extranjeros; la volatilidad y disminución del precio de las acciones; las ventas futuras de acciones; el pago y monto de dividendos; los intereses de los accionistas, los estatutos sociales y los accionistas controladores.

En tercer lugar las empresas reportan como factores de riesgo aquellos relacionados al ámbito económico (185 riesgos) entre los que destacan la situación económica en México; las condiciones económicas globales; las fluctuaciones del peso frente al dólar; los controles de cambios de divisas; las fluctuaciones de las tasas de interés; las altas tasas de inflación, las crisis económicas; la desaceleración económica en otros países; el comportamiento de los mercados financieros; la volatilidad en el mercado de valores; la devaluación del peso; el costo de energéticos, los precios internacionales del petróleo, la reducción o el aumento en los precios del crudo y la tasa de desempleo.

Particularmente de los factores de riesgo analizados, el factor que más se menciona (29 veces), es el de la dependencia de terceros. En segundo lugar, (27 veces), las empresas mencionaron en sus reportes anuales que encontrarse en un sector o industria competitiva es un factor de riesgo

Tabla 5. Riesgos reportados por las empresas analizadas

Recursos Humanos	Operacionales	Legales	Financieros	Corporativos	Tecnológicos	Socio-políticos	Medio ambientales	Económicos	Competencia	Estratégicos	Jurídicos y Normativa	CLASIFICACIÓN DE RIESGOS
1	1	0	3	3	1	1	3	3	1	3	3	AC
2	4	3	8	4	1	2	3	9	1	5	10	ALFA
2	3	1	7	9	0	5	2	10	2	5	7	ALPEK
4	2	3	9	7	0	4	4	3	1	5	13	ALSEA
0	2	3	3	10	2	2	0	3	1	4	4	AMX
1	4	2	3	9	0	5	2	7	2	4	11	ASUR
2	2	1	4	1	0	2	2	4	1	2	3	BIMBO
1	4	3	1	4	1	4	0	7	2	2	6	BMV
2	3	1	8	6	1	1	1	5	2	1	3	CEMEX
0	1	0	3	1	0	0	0	6	2	2	3	COMERCI
1	3	0	3	5	0	0	0	1	2	5	6	ELEKTRA
0	3	0	2	7	0	5	2	8	3	4	4	FEMSA
1	1	4	4	7	0	5	1	7	0	3	16	GAP
2	1	1	3	3	1	2	1	6	1	3	6	GCARSO
2	6	2	11	8	0	4	1	3	2	4	6	GENERA
0	0	0	2	3	0	1	0	2	1	1	2	GFINBUR
1	3	1	6	12	0	4	0	12	1	8	11	GFNORTE
2	5	0	4	8	0	3	1	9	1	3	8	GFREGIO
2	1	1	1	1	0	0	0	7	2	1	7	GMEXICO
0	1	0	4	8	0	1	1	10	0	1	5	GRUMA
2	0	2	9	5	0	4	0	6	1	7	7	ICA
2	1	0	1	2	0	2	0	2	2	2	3	ICH
2	3	0	5	8	1	3	1	6	2	9	6	IENOVA
1	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	KIMBER
0	1	0	1	6	0	3	2	2	1	1	3	KOF
1	2	2	2	0	0	2	0	2	1	8	6	LAB
3	1	1	4	9	0	5	3	7	2	9	6	LALA
1	2	1	3	0	0	2	1	6	1	4	3	LIVEPOL
2	5	1	11	13	0	1	1	10	1	6	11	MEXCHEM
2	1	0	8	9	0	1	0	3	0	6	7	OHLMEX
2	2	1	4	3	0	1	0	2	1	2	2	PE&OLES
1	2	0	3	9	0	3	0	3	0	2	8	PINFRA
1	4	2	10	10	0	3	1	10	1	7	12	SANMEX
0	2	1	1	4	0	2	0	1	1	1	13	TELEVISIA
1	2	2	0	0	2	0	1	1	1	2	1	WALMART
47	78	39	152	194	10	83	35	185	44	133	223	TOTAL DE RIESGOS

Totales	23	52	53	55	34	50	24	35	34	18	26	38	49	30	49	12	59	44	23	31	43	17	46	8	20	26	50	24	62	37	20	31	61	26	13	3
---------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

Fuente: Elaboración propia con datos de los reportes anuales del año 2013 publicados en la BMV (Bolsa Mexicana de Valores, 2014)

relevante. En tercer lugar, (25 veces) las empresas informan que los factores de riesgo relacionados a la dependencia de sus subsidiarias podrían afectar su condición financiera y resultados de operación.

Por su parte las empresas con un mayor número de factores de riesgo reportados son: MEXCHEM (62 riesgos), SANMEX (61 riesgos), GFNORTE (59 riesgos), ALSEA (55 riesgos) y ALFA (52 riesgos). En tanto que las empresas que menos informan factores de riesgo en sus reportes anuales son: KIMBER (8 riesgos), GFINBUR (12 riesgos), WALMEX (13 riesgos), ICH (17 riesgos) y COMERCI (18 riesgos).

Solo 2 de las 35 empresas reportan que han adoptado un sistema de administración de riesgos.

IENOVA reporta:

“A pesar de que la Compañía cuenta con sistemas de administración de riesgos y sistemas de control que utilizan avanzadas metodologías para cuantificar y administrar sus riesgos, cabe la posibilidad de que estos sistemas no siempre logren impedir que la Compañía sufra pérdidas considerables. También es posible que los procedimientos de administración de riesgos no siempre se sigan adecuadamente o funcionen conforme a lo esperado. Además, los límites diarios del valor en riesgo se basan en los movimientos históricos de los precios. Si los precios se desvían sustancialmente o en forma persistente de los niveles históricos, los límites diarios podrían ser insuficientes para proteger a la Compañía contra la posibilidad de sufrir pérdidas significativas. Debido a estos y otros factores, no existe garantía de que los procedimientos de administración de la Compañía impedirán que la misma sufra pérdidas que puedan tener un efecto adverso significativo en sus actividades, su situación financiera, sus resultados de operación, sus flujos de efectivo, sus perspectivas y/o el precio de mercado de sus valores.”

En tanto que Santander de México:

“La administración de riesgos es una parte integral de nuestras actividades. Procuramos monitorear y administrar nuestra exposición a riesgos a través de diversos sistemas de información financiera, de crédito, de mercado, de cumplimiento y legal, independientes pero complementarios. Si bien empleamos un conjunto amplio y diversificado de técnicas de monitoreo y mitigación de riesgos, dichas técnicas y estrategias pueden no ser del todo eficaces para mitigar nuestra exposición a riesgos en todos los entornos económicos de mercado o en contra de todo tipo de riesgos, incluyendo riesgos que no seamos capaces de identificar o anticipar. Algunas de nuestras herramientas cuantitativas y métricas para la administración de riesgos están basadas en nuestra observación del comportamiento histórico del mercado. Aplicamos la estadística a estas observaciones para cuantificar nuestra exposición a riesgos. Dichas herramientas cuantitativas podrían fallar en la predicción de futuras exposiciones a riesgos. Estas exposiciones a riesgos podrían, por ejemplo, resultar de factores que no anticipábamos o evaluamos incorrectamente en los modelos estadísticos. Lo anterior limitaría nuestra capacidad de administrar nuestros riesgos. Consecuentemente, nuestras pérdidas podrían ser significativamente mayores que las que indican las medidas históricas. Además, nuestros modelos estadísticos no toman en cuenta todos los riesgos. Nuestro enfoque en la administración de estos riesgos podría ser insuficiente, exponiéndonos a pérdidas materiales imprevistas. Si los clientes existentes o futuros consideran que nuestra administración de riesgos es insuficiente, podrían irse con un competidor. Esto podría dañar nuestra reputación, así como nuestros ingresos y ganancias...”

5. Conclusiones

En los tiempos actuales se ha desarrollado en el ámbito profesional, un enfoque de administración de riesgos holístico (ERM) en donde la prevención del riesgo contribuye a obtener un buen funcionamiento en todas las áreas que conforman la organización incluyendo el cumplimiento de estándares y políticas. Como resultado de la revisión de literatura se identifica que este enfoque holístico difiere del tradicional enfoque de administración de riesgos por silos. Asimismo, se observa que este tema ha sido objeto de estudio en países anglosajones como Estados Unidos, y Canadá. También existen diferentes contribuciones en contextos latinoamericanos destacando aportaciones desarrolladas en Brasil.

Sin embargo, en México este tema es todavía incipiente. En el análisis de la muestra de las empresas que cotizan en la BMV el enfoque de administración de riesgos (ERM) no ha sido citado ni descrito en el apartado de “Factores de riesgo” en los reportes anuales a 2013. Lo anterior puede ser atribuido a que los gestores y directivos, incluidos los miembros del Consejo de Administración le confieren limitada importancia al tema o por considerarlo con tanta importancia que prefieren evitar revelar aspectos confidenciales de la empresa, pese a la regulación existente emitida por el Consejo Coordinador Empresarial en el marco del Buen Gobierno y exigida por la Bolsa Mexicana de Valores.

A este respecto, se pone de relieve que las empresas confían en la opinión de los auditores externos. En el análisis se observa que las firmas de auditoría, específicamente, en el apartado de “Notas a los Estados Financieros” de los reportes anuales abordan únicamente los riesgos financieros. Así, queda pendiente la integración y uso adecuado del análisis de los otros factores de riesgo en un proceso holístico ERM que impacte en el desarrollo operativo y estratégico de la empresa por parte de gestores y directivos.

Lo anterior supone numerosas áreas de oportunidad para los profesionales que se desempeñen en el área de contabilidad y auditoría así como en el área administrativa. En el área administrativa, porque es en la etapa de planeación en donde se hace un análisis de fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) que supone la base para una adecuada gestión de riesgos.

El reto es entonces dirigir a las organizaciones hacia una cultura de proyección y prevención de riesgos y su revelación oportuna a los grupos de interés.

Finalmente, la administración de riesgos y su divulgación por parte de las empresas constituye un tópico relevante a considerar en la agenda de los investigadores, tanto en México como a nivel global, de ahí la importancia de continuar con trabajos futuros en esta línea de investigación.

Bibliografía

- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Bolsa Mexicana de Valores. (24 de Septiembre de 2014). *Grupo BMV*. Obtenido de Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V.: <http://www.bmv.com.mx>
- Bolsa Mexicana de Valores. (2 de Septiembre de 2014). *Índice de Precios y Cotizaciones*. Recuperado el 18 de Marzo de 2015, de http://www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/BMV_ipc_principales/_rid/1129/_mto/3/_url/BMVAPP/indicesNavegacion.jsf
- Bromiley, P., McShane, M., Nair, A., & Rustambekov, E. (2014). Enterprise Risk Management: Review, Critique, and Research. *Long Range Planning*, XXX, 1-12.
- Cabedo Semper, J. D., & Tirado Beltrán, J. M. (2009). Divulgación de información sobre riesgos: una propuesta para su medición. *Innovar*, 19(34), 121-134.
- Curtis, Patchin; Carey, Mark. (2012). *Risk assessment in practice*. Durham: Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO).
- Ernst & Young Global Limited. (2014). *Centralized operations The future of operating models for Risk, Control and Compliance functions*. UK: EYGM Limited.
- Fernández Chaves, F. (Junio de 2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales*, II(96), 35-53.
- G. Shenkir, W., & L. Walker, P. (2007). *Enterprise Risk Management: Tools and Techniques for Effective Implementation*. Ontario: Institute of Management Accountants .
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Rojas R., F. (2002). Gestión de riesgos en la organización. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, X(2), 18-38.
- Zapata, R. (2008). Aprende a evaluar los riesgos que rodean tu empresa. *Entrepreneur*, 22-26.



OPINION DE LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS DE BAJA CALIFORNIA SOBRE LOS EFECTOS DEL REGIMEN DE INCORPORACION FISCAL

María del Mar Obregón Angulo, Universidad Autónoma de Baja California
José de Jesús Moreno Neri, Universidad Autónoma de Baja California
Santiago Alejandro Arellano Zepeda, Universidad Autónoma de Baja California
Julio Octavio Blas Flores, Universidad Autónoma de Baja California

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

Resumen

Este estudio tiene como objetivo medir los efectos en las pequeñas empresas, por los cambios derivados de la entrada en vigor de la nueva Ley del Impuesto sobre la renta con vigencia a partir del 1° de enero de 2014, dando lugar al nacimiento del régimen de incorporación fiscal. La metodología aplicada para llevar a cabo esta investigación; fue análisis descriptivo longitudinal, a una muestra de pequeños empresarios domiciliados en el estado de Baja California, sobre los cambios e impactos que enfrentaron por dejar su régimen original e integrarse al nuevo. Del análisis de los datos recabados en las encuestas aplicadas se concluye que existe un gran desconocimiento por parte de los contribuyentes de las obligaciones que han adquirido en este, y que si por un lado pueden gozar de beneficios, por otro es grave que por esa razón se incumpla con sus obligaciones y quedar fuera del mismo.

Palabras claves: Efectos, Régimen de Incorporación Fiscal, RIF, Pequeñas Empresas

A. Introducción

Para el ejecutivo federal, el motivo principal del régimen de incorporación fiscal, en adelante RIF, es efectuar una incorporación gradual en el pago del impuesto sobre la renta, en un periodo de diez años, provocando que la autoridad fiscal sacrifique recaudación e invierta en infraestructura tecnológica y administrativa para controlar la permanencia en el RIF de los contribuyentes que emigran de los regímenes de pequeños contribuyentes e intermedio y de los que se mantenían en la informalidad, estos últimos son otra causa primordial de su entrada en vigor, lograr su incorporación a la economía formal (Cárdenas, 2014).

Las autoridades fiscales de México, buscan establecer una reforma hacendaria capaz de incrementar significativamente la recaudación y una de sus estrategias es incorporar a un gran número de contribuyentes que provengan de la informalidad, al establecer medidas que propicien y faciliten las actividades fiscales, toda vez que el beneficio se obtendrá después de un periodo de 5 a 6 años, siempre y cuando se conserve su vigencia. La población ocupada de manera informal en el país en el 2013, fue de 29'266,384 y en el 2014 se tienen 28'856,933 logrando una disminución del 1.4% (INEGI, 2015), este porcentaje cuando menos indica una reducción, pero estará dentro de los resultados que la autoridad espera.

Es un esquema que se presta para las personas que inician una pequeña empresa, de tal forma que una vez que el contribuyente en el desarrollo de su actividad económica alcance la madurez necesaria y la estabilidad fiscal pueda transitar en el régimen general que se aplica a todos los contribuyentes. Y es a través de descuentos en el monto de los impuestos

y de herramientas que faciliten su pago para cumplir con sus obligaciones fiscales y de esta forma facilitarles la consolidación y expansión de sus operaciones (Figueroa, 2014).

A través de estas medidas aprobadas por el poder Legislativo, el Ejecutivo federal informó que los resultados del RIF en el primer año de aplicación fueron bastante estimulantes, ya que se registraron 899,000 contribuyentes, lo cual implicó un aumento del 23.1% respecto al padrón del régimen de pequeños contribuyentes (SHCP, 2015). Por tales razones la autoridad fiscal consideró publicar en el decreto del 11 de marzo de 2015, que es conveniente que los descuentos recibidos por los contribuyentes que se incorporaron en 2014 a este régimen continúen al 100% durante el segundo ejercicio de tributación o sea 2015, en lugar del 90% contemplado inicialmente, tanto en el impuesto sobre la renta, al valor agregado y especial sobre producción y servicios (LISR, 2014).

Aun cuando la autoridad continúe otorgando facilidades para el pago de las contribuciones, el establecimiento del RIF resulta insuficiente para lograr los objetivos para lo cual fue creado, ya que está diseñado para que funcione únicamente a través del uso adecuado de herramientas informáticas que la autoridad ha diseñado para su funcionamiento, y que estas son complicadas para los contribuyentes, porque no tienen la preparación para ello y en la mayoría de los casos no cuentan con los equipos necesarios, situación que pone en riesgo tanto el cumplimiento de las obligaciones fiscales como su permanencia en el régimen.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Este trabajo aborda los efectos del RIF por el impacto que enfrentan las pequeñas empresas que se le incorporaron y detectar las circunstancias positivas y negativas que se presentaron por tributar en este nuevo régimen. Por lo que se plantea la siguiente interrogante: ¿qué tipo de efectos se han obtenido de los beneficios esperados por tributar dentro de este Régimen Incorporación Fiscal?

OBJETIVO:

Determinar el efecto positivo y negativo de tributar en el Régimen de Incorporación Fiscal, propuesto en la reforma social y hacendaria.

JUSTIFICACIÓN:

Debido a la importancia que revisten las pequeñas empresas en la economía de Baja California, consideramos, que a través de este estudio, sea posible evaluar el efecto en las empresas por la implementación de este nuevo régimen.

En respuesta al rechazo social que esta generado el RIF entre los negocios pequeños y el comercio informal por no contar con los recursos necesarios para acceder a una computadora o el servicio de internet, se están generando por parte del Gobierno Federal incentivos económicos importantes y poder dar así una posible solución a estos problemas.

B. Marco teórico

A nivel internacional las micros, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), tienen una amplia participación en la economía mundial porque representan el 95% del total de las

empresas de conformidad con datos proporcionados por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE 2010).

Las MIPYMES son importantes para la economía nacional, en virtud de la generación de empleo y producción, ya que según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en el país existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son MIPYMES, mismas que generan el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 72% del empleo del país (INEGI 2010).

La Reforma Hacendaria que entro en vigor en 2014, estableció facilidades para el cumplimiento del pago de impuestos, lo cual representa un factor esencial para los negocios que se van desarrollando en una economía, concretamente los de menor escala, para que se incorporen de forma inmediata a la formalidad en la escala tributaria.

Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2013). El sistema fiscal mexicano es el más deficiente de las 34 naciones que la integran, ya que según estadísticas de ese organismo los ingresos generados por impuestos equivalen a 18.1 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, para ubicarlo en el último lugar de la lista. La ineficacia de este se debe principalmente a que, aproximadamente 60% de la población ocupada está en situación de informalidad laboral según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Ramos, 2013).

La Secretaria de Hacienda y Crédito Público, informó que en el año de 2012 se dejó de recaudar la cantidad de 1,782.7 billones de pesos (2014), un 136% de sus ingresos tributarios del año pasado, por ello es que el gobierno se propuso crear un régimen para los

pequeños empresarios que anteriormente tributan en el régimen de pequeños contribuyentes (Domínguez, 2014).

La economía informal crece en altas tasas de desempleo, subempleo, pobreza y trabajo efímero. El papel que desempeña es relevante en lo referente a la generación de ingresos, porque resulta fácil acceder a ella, dado que los niveles de exigencia en educación, tecnología y capital son bajos, provocando que muchas personas no se incorporen a la economía informal por selección, sino porque necesitan sobrevivir, y realizan actividades que le permitan obtener ingresos esenciales (OIT, 2013).

El RIF fue creado con el fin de impedir la evasión fiscal, en México para el impuesto sobre la renta en personas físicas, es cercana al 80 por ciento (Rodríguez, 2013), de quienes estando obligados a contribuir al gastos público por mandato expreso en la fracción IV del artículo 31 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. La mayor parte de la evasión es por una débil fiscalización y por el tamaño de la economía informal.

La Asociación Mexicana de Contadores Públicos, Colegio Profesional en el Distrito Federal propuso en 2013: Una verdadera reforma integral que garantice los recursos necesarios para sufragar el gastos público, reducción de las tasa impositivas, simplificación fiscal administrativa, combate a la evasión fiscal y al comercio informal, eliminación de regímenes fiscales preferentes, certeza jurídica a los contribuyentes, transparencia y acceso a la información, incentivo a contribuyentes cumplidos, dentro de los puntos más significativos, los cuales coinciden con la iniciativa de Ley que presentó el ejecutivo en

septiembre de 2013, lo cual resalta que la autoridad en la materia recoge las sugerencias de organismos profesionales (El conta, 2013) .

Con el nuevo esquema (RIF), la Secretaria de Hacienda y Crédito Público busca la incorporación a la formalidad a quienes tributen como personas físicas y realicen actividades empresariales, que enajenen bienes o presten servicios por los que no se requiera para su realización título profesional, podrán optar por pagar el impuesto sobre la renta en los términos establecidos en la sección II, capítulo II del título IV de la LISR, siempre que los ingresos propios de su actividad empresarial obtenidos en el ejercicio inmediato anterior, no hubieran excedido de la cantidad de dos millones de pesos. (Arguello, 2014).

La declaración del impuesto será a través de la misma página de internet de manera bimestral en la que se deberán asentar los ingresos, erogaciones, deducciones realizados por el contribuyente, dando la opción en todo momento para realizar correcciones o agregar la información que no hubiere sido considerada. Los contribuyentes que se encuentren en este régimen para determinar el impuesto a pagar sólo deberán considerar aquellos ingresos que ya se cobraron efectivamente y podrán deducir sólo aquellas erogaciones que se encuentran efectivamente realizadas en los ejercicios referentes a adquisición de activos fijos, gastos o cargos diferidos (García, 2014).

C. Metodología

La presente investigación es de tipo descriptivo longitudinal, en virtud de que se recabo información de las microempresas domiciliadas en el estado de Baja California, para evaluar el efecto fiscal, financiero y administrativo en estas pequeñas empresas por su incorporación a este nuevo régimen. Es un estudio transversal llevado a cabo en los meses de noviembre y diciembre de 2014, para analizar la información proveniente de 217 encuestas levantadas en los municipios de Mexicali, Tijuana y Ensenada a negocios establecidos que tributan en este régimen.

Se utilizó para recolectar la información el método de información cuantitativa y cualitativa a través de trabajo de campo y la técnica utilizada es el cuestionario (Hernández, 2006).

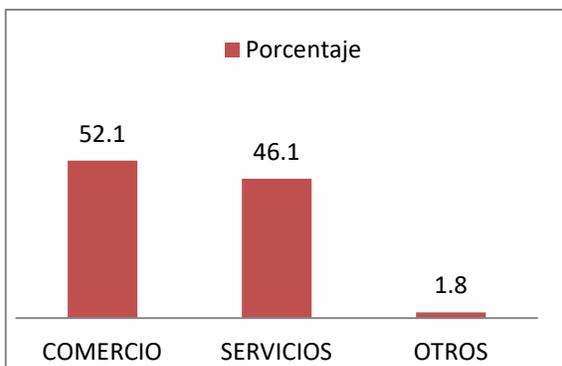
Dada la información obtenida de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP), en donde señala que los resultados obtenidos en el 2014 son alentadores, porque se obtuvo un aumento del 23.1% en relación al padrón del abrogado régimen de pequeños contribuyentes.

La población de estudio se conformó por las microempresas establecidas en el estado de Baja California, seleccionadas por medio de muestreo probabilístico estratificado, integrando a la muestra los diferentes sectores y estratos y logrando además resultados con un nivel de confianza del 95%. El proyecto de investigación se llevó a cabo con los siguientes pasos:

Se llevó a cabo la lectura y análisis de la información proveniente de fuentes secundarias en relación al tema, se identificó la base de datos de las microempresas localizadas en Mexicali, Tijuana y Ensenada para efectos de seleccionar la más confiable y completa, se diseñó y aplico un cuestionario a la muestra seleccionada, con la finalidad de obtener información de los efectos fiscales por el cambio de régimen, se capturo la información obtenida en el programa estadístico SPSS para realizar el análisis estadístico de la información obtenida y el reporte de la investigación.

D. Resultados

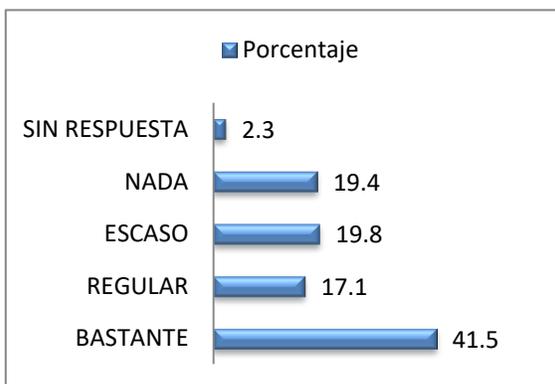
Grafica 1. Sectores que intervinieron en la Investigación.



Se recabó información de pequeñas empresas establecidas en el estado de Baja California, en donde 52% de ellas se dedican al comercio, 46% de servicios y 2% a otro sector distinto a los dos mencionados en primer término, ver grafica 1.

Fuente: elaboración propia

Grafica 2. ¿Cómo considera que le afectara a su empresa la carencia de recursos financieros?

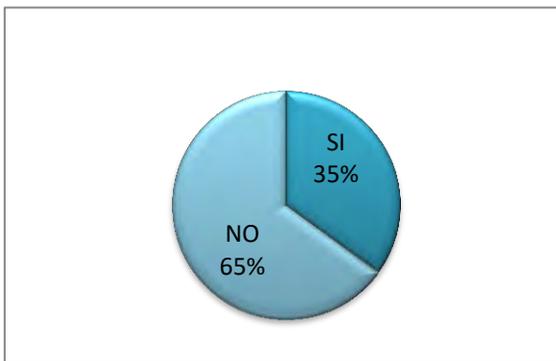


Como la muestra la grafica 2 la carencia de recursos financieros afectara a las empresas pequeñas según la percepción de los

comercios encuestados representadas por el 41.5% .

Fuente: elaboración propia

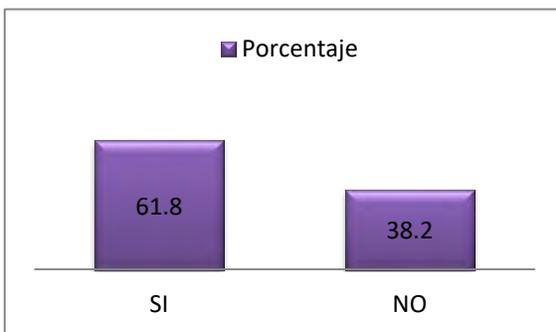
Grafica 3. ¿Está satisfecho con el cambio de régimen a RIF?



Como se muestra en esta gráfica 6 las personas encuestadas manifestaron en un 65% no estar satisfechas con la entrada en vigor al Régimen de Incorporación fiscal.

Fuente: elaboración propia

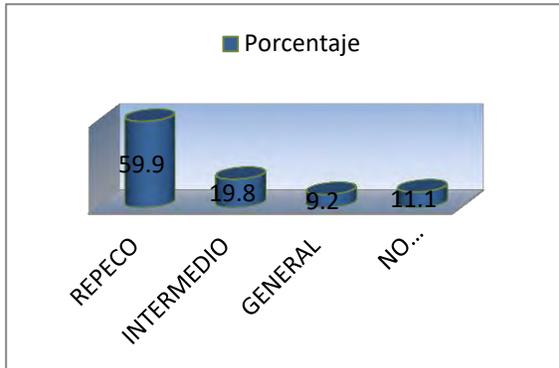
Grafica 4. ¿El cambio le ha ocasionado mayores gastos administrativos este año 2014?



En cuanto al aumento del gasto administrativo provocado por la nueva entrada de este régimen, el 61.8% manifestó que ha aumentado durante el ejercicio 2014, como se muestra en la grafica 7.

Fuente: elaboración propia

Grafica 5. "¿A qué Régimen de adscripción pertenecían el año anterior?"

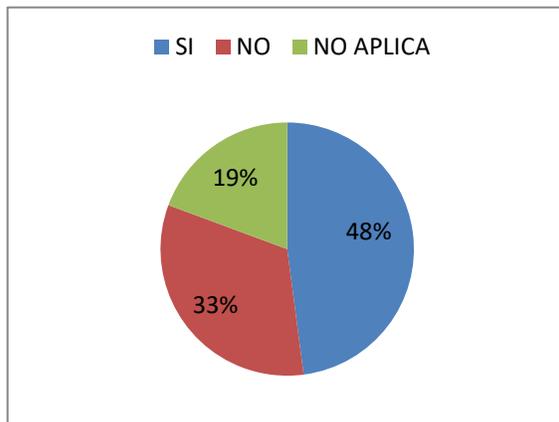


De los resultados mostrados en la gráfica 5 se observa que la mayoría estaban dentro del régimen de pequeños contribuyentes en el 2013 antes de la entrada de la nueva Ley del Impuesto sobre la renta, seguidos por los de

régimen intermedio y con poca representatividad los que migraron del régimen general y solamente el 35 % se siente satisfecho del cambio de régimen entre los cuales se encuentran los que antes tributaban dentro del régimen general en su mayoría.

Fuente: elaboración propia

Grafica 6. Si hasta el año 2013 tributa como REPECO, ¿Ocupaba los servicios de un



contador?

De los resultados de esta grafica 6 se observa que ya se contaba en su mayoría con los servicios de un Contador para el cumplimiento de sus obligaciones fiscales

como lo muestra el 48% de los encuestados.

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las obligaciones y beneficios que ofrece el régimen de incorporación fiscal se hicieron varias preguntas al respecto, de las cuales se observa que una mayoría desconoce lo relacionado con el cálculo del impuesto para el 2015, el timbrado de nóminas,

también si tienen obligación de presentar declaración anual y la forma de presentar sus declaraciones bimestrales ver tabla 1.

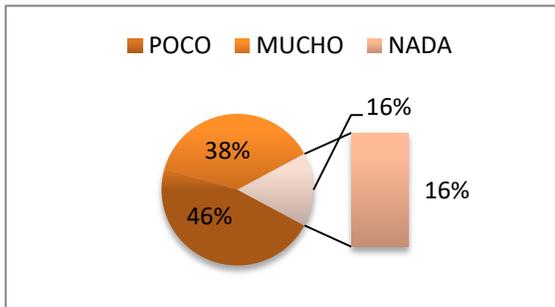
Tabla 1. Que tanto conocen sus obligaciones por estar tributando en el RIF.

Obligación	Conoce sus obligaciones	No conocen sus obligaciones
Facturación de Ingresos	77	23
Contabilidad electrónica	73	27
Timbrado de nominas	34	66
Declaraciones bimestrales	63	37
Declaración anual	53	47
Declaraciones informativas	72	28
Reparto de Utilidades	79	21
Calculo de impuestos 2015	23	77

Fuente: elaboración propia

Es importante recalcar que conocen como determinar el reparto de utilidades, como timbrar facturas, el uso de la contabilidad electrónica, que sus declaraciones son bimestrales y que tienen que presentar declaraciones informativas, entre otras obligaciones, pero una cosa es que conozcan y otra que lo puedan realizar de manera personal.

Grafica 7. Como afecta a su negocio los costos de la carga fiscal



La gráfica 7, indica la manera en que los encuestados consideran que la carga fiscal actual ha afectado a sus negocios, el 46% señala poco y el 38% mucho, porque el costo

de cumplir es más alto en comparación del régimen anterior.

Fuente: elaboración propia

E. Conclusiones

Del análisis de los datos recabados en las encuestas aplicadas podemos concluir que existe un gran desconocimiento por parte de los contribuyentes de las obligaciones que han adquirido al ingresar al Régimen de Incorporación Fiscal, dado que este régimen presenta condiciones para permanecer y poder gozar de sus beneficios, se considera grave esta situación ya que al desconocer sus obligaciones estarían incumpliendo y quedarían fuera del régimen sin saberlo.

Aunque la escolaridad promedio de los dueños es preparatoria, el manejo de las tecnologías de información no les son muy amigables y esto es causa de no cumplimiento de las obligaciones, para poder dar cumplimiento con todos los requisitos y obligaciones, por ello han tenido que contratar despachos externos y estos a su vez han tenido que subir las cuotas que les tenían designadas dada la carga de trabajo que significa el llevar la contabilidad y cálculo de impuestos en este tipo de régimen.

El cambio de una cuota fija a tener que llevar registros de contabilidad, facturación de ingresos, declaración sobre ingresos, timbrado de nómina en caso de tener trabajadores, cubrir con requisitos de deducciones ha sido muy impactante para los empresarios, los cuales a pesar de haber transcurrido un año todavía de la entrada en vigor del RIF, no han podido dar cumplimiento ni comprender el alcance que este tiene.

En el mes de enero de 2014, el padrón de contribuyentes disminuyó sensiblemente, porque ante el desconocimiento de lo que deberían de hacer muchos contribuyentes optaron por darse de baja y continuar dentro de la informalidad.

Como se puede ver el impacto fiscal de la entrada en vigor del Régimen de Incorporación Fiscal fue muy alto e incluso provoco la salida de la economía formal de algunos negocios, cuando en su exposición de motivos señala lo contrario. El presente régimen no es más que el reflejo de una clara tendencia a incrementar la carga fiscal de los contribuyentes disfrazada de una simplificación administrativa.

La informalidad en México se ha dado por el alto nivel de crecimiento poblacional y por falta de satisfacción de las necesidades básicas de la población, causa de ello se buscan formas de generar recursos y hacerles frente. Por esto que la informalidad ha generado en gran medida la baja recaudación tributaria de nuestro país así como con la falta de una cultura contributiva y la dificultad técnica del marco legal que no hacen fácil el pago de impuestos.

Con la llegada del RIF se visiona un aceleramiento de la economía debido a que el acceso a obtención de créditos de financiamiento para estas pequeñas empresas se verán beneficiados debido a su formalidad tributaria a la que se alinean de acuerdo a la legislación del País. Asimismo plantea una contribución justa para los ciudadanos y de crecimiento social.

Entre las ventajas más relevantes del RIF es la del descuento del 100% del pago de ISR durante el primer año el cual irá difiriendo a lo largo de 10 años en una proporción del 10% por año, hacer deducibles los gastos siempre y cuando correspondan al objeto social del contribuyente, y se tendrán acceso a créditos con mejores condiciones que coadyuvaran a la mejora y al crecimiento empresarial, y estas continuarán en igual forma para el año de 2015 como lo señala el decreto publicado en el DOF el 11 de marzo de 2015.

De las desventajas más destacadas es que solo podrán tributar por una vigencia de 10 años y después viene la migración a un régimen general en donde se cumplirán las obligaciones que corresponden a dicho régimen como: pagar el 100% de los impuestos (ISR, IVA e IEPS, sin facilidades o exenciones), el registro electrónico de operaciones en línea en los medios o sistemas electrónicos, de los ingresos, egresos, inversiones y deducciones, que para muchos contribuyentes no resulta sencillo como lo ve la autoridad fiscal.

F Referencias Bibliográficas

Arguello, F. (2014). Nuevo Régimen de Incorporación Fiscal de las Personas Físicas. Fiscoactualidades No. 3, feb. 2014.

Cárdenas, J. (2014). El Régimen de Incorporación Fiscal: una alternativa contra la informalidad. Artículo técnico de la comisión de apoyo al ejercicio independiente. No. 19, IMCP.

Código fiscal de la federación correlacionado (2014). Editorial Themis. Domínguez (2014).

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos CPEUM. (2014). Casa Editorial Jatziri, México, D. F.

Domínguez, P. Rostro, P. & Valencia, M. (2014). Repeco la muerte anunciada. Universidad Tecnológica de Salamanca.

El conta (2013). Propuesta de la AMCPDF sobre la reforma hacendaria para 2014. En El conta. Consultado el 18 de Marzo de 2014. Disponible en: <http://elconta.com/2013/08/18/amcpdf-propuesta-reforma-fiscal-2014/>

Figuroa, F. (2014). Impacto del Régimen de Incorporación Fiscal en pequeñas empresas. Memorias del 2º Encuentro de Economía y Finanzas 2014. ITSON.

García, N. (2014). Nuevo Régimen de Incorporación, ventajas y desventajas que ocasiona a los pequeños contribuyentes. Memorias del 2º Encuentro de Economía y Finanzas 2014. ITSON.

Impuesto al valor agregado correlacionado (2014). Editorial Themis.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2015). Resultado de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del Cuarto Trimestre de 2014. Consultado el día 4 de marzo de 2014, en:
<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/estrucbol.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2015). Pymes, el 95% de las empresas en México, consultado el día 10 de marzo de 2014, en:
<http://www.eluniversal.com.mx/notas/710522.html>

Ley del impuesto especial sobre producción y servicios (2014). Tax Editores, México, D. F.

Ley del Impuesto Sobre la Renta (2014). Tax Editores. México, D. F.

Leyes fiscales con correlaciones (2014). Editorial Themis. Martínez (2014).

Organización Internacional del Trabajo (2013). La Transición de la Economía Informal a la Economía Formal. Conferencia Internacional del Trabajo, 103.a reunión 2014.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2013). Ocupa México último lugar en Recaudación Fiscal. Insurgentepress, consultado el 09 de marzo de 2015, en:
<http://www.insurgentepress.com.mx/ocupa-mexico-ultimo-lugar-en-recaudacion-fiscal-ocde/#.VQZPmE10xjo>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2012). Evaluación de la OCDE del Sector de las Nuevas Empresas Basadas en el Conocimiento. . Consultado el 10 de Marzo de

2015, en: http://www.oecd.org/centrodemexico/Evaluaci%C3%B3n_de_la_OCDE_del_sector_de_las_nuevas_empresas_%20IMPRESA-1.pdf

Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (2014). El Ombudsman y la Opinión Pública, México, PRODECOM, Serie de Cuadernos de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, Estudios Técnicos de Investigación RIF.

Reforma Hacendaria. En Reforma Hacendaria. Consultado el 26 de Marzo de 2014. Disponible en: <http://www.reformahacendaria.gob.mx/>

Rodríguez, J. (2013). Evasión fiscal en México, de hasta el 80%. La Jornada Aguascalientes, consultado el 13 de Marzo de 2015, en: <http://www.lja.mx/2013/03/evasion-fiscal-en-mexico-de-hasta-el-80/>

Ramos, J. (2013). México recauda poco según estadísticas de OCDE, Periódico Excelsior, Sección Dinero en imagen, consultado el 12 de marzo de 2015, en: <http://www.dineroenimagen.com/2013-08-19/24694>

Secretaria de Hacienda y Crédito Público (2015). Decreto para otorgar estímulos fiscales para los contribuyentes del Título IV, Capítulo II, Sección II. DOF 11 de marzo de 2015.



PROPUESTA TEÓRICA PARA ALCANZAR UNA AUTONOMÍA FINANCIERA POR PARTE DEL MUNICIPIO EN MÉXICO

Autores:

Dra. Nancy Nelly González Sanmiguel

Facultad de Derecho y Criminología de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Correo electrónico: nancygonsa09@hotmail.com

Nacionalidad Mexicana

Maestro Refugio de Jesús Martínez Fernández

Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Correo electrónico: rfdzmtz@hotmail.com

Nacionalidad Mexicana

MDiPr. Roberto Arnoldo Flores Martínez

Facultad de Derecho y Criminología de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Correo electrónico: corredor29@outlook.com

Nacionalidad Mexicana

Fecha de envío: 19/Abril/2015

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2015

Resumen

Los estudios respecto a la autonomía financiera del municipio se basa en las tareas que debe realizar el mismo como órgano de Gobierno, pero dicho ayuntamiento tiene que vencer toda clase de obstáculo que se presente ya sea interno o externo debido al exceso de centralización que existe en México.

Abstract

Studies concerning the financial autonomy of the municipality are based on tasks that must be the same as an organ of government, but this Council has to overcome all kinds of obstacle that occurs either internal or external due to excessive centralization which exists in México.

Palabras Claves

Autonomía, Financiera, Municipio, México y Propuesta teórica

1.- Introducción

La raíz del problema en la autoridad Municipal es no lograr obtener la autonomía financiera, por lo que no alcanza a tener la capacidad para generar sus ingresos y garantizar con eso el desarrollo de su comunidad. Se ha creado diversas formas como las concesiones, licencias y desconcentraciones, para generar ingresos, todas con autorización del Estado y previsto en la Constitución. Aunque la forma de dividir dicho poder no ha podido fortalecer su propia esfera de gobierno, ya que no se ha logrado implementar la autonomía. Por lo que se tendría que observar que se impulse un cambio y madurar como país a través de una reforma que nos ayudaría a evitar la burocracia, en donde quienes nos afectamos somos nosotros mismos.

Es cierto que el municipio goza de una capacidad para manejar los recursos que se le otorgan, con aprobación de la Legislaturas Locales, a través de su presupuesto de egresos. Sin embargo, tiene que crecer en el aspecto socio político para alcanzar esa autonomía, siendo este espacio territorial para la gestión directa con los habitantes, ya que se cuenta con una democracia por el contacto directo con los mismos.

Razón por la cual el presente trabajo pretende hacer un análisis teórico y propuesta de la posibilidad que los Municipios puedan obtener una Autonomía Financiera, que permita mayores ingresos fijos los cuales concedan realmente utilizarlo en beneficio de los mismo ciudadanos de dicho municipio.

1.1 Planteamiento del Problema

En México como en otros países, se visualiza la figura del Municipio desde la perspectiva de poder público con competencia propia, con base en la organización política administrativa en México y de la división territorial de los Estados que componen la Federación. Podemos observar que el Municipio es ente de poder del Ejecutivo, pero referente a materia fiscal únicamente tiene capacidad contributiva, por lo que sólo le corresponde la captación y el cobro de los recursos y no tiene una potestad tributaria. Esta situación queda al arbitrio del poder del Estado para proporcionarle los ingresos que necesita para cumplimentar las necesidades básicas para la satisfacción de los ciudadanos.

Por eso, los Municipios para recibir dichos ingresos, dependen directamente de la Federación y del Estado por lo que en ocasiones es difícil poder hacer frente a las actividades encargadas a este órgano de Gobierno por la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos. Esto obliga en ocasiones a no dar cabal cumplimiento a la misma, teniendo que concesionar dichas tareas, ya sea por una falta de ingresos, por falta de personal o también por el cambio constante de cada administración.

Como vemos el problema no se acorta únicamente al problema de una autonomía que se le otorgue al municipio, sino más bien que se debe observar hacia una globalización en donde la descentralización se focalice hacia una competencia legal en materia fiscal que se observe los siguientes puntos:

-Exista una distribución de la misma.

-Establezca las prioridades y se señale cuales son las más importantes

Otorgarle esa autonomía a los municipios y que no tengan que depender de la Federación, ni Estado, sin un convenio para ayuda mutuo de los tres poderes. Pero que el Municipio sea el que tenga una mayor capacidad de ingresos para los egresos que tenga realizar, veríamos las mejoras que podemos hacer como comunidad, en donde nos preocupemos por tener para todos el apoyo entre nosotros, que creyéramos como país y entidad sociopolítica.

Por lo que la pregunta de investigación es: ¿El Municipio puede tener la Autonomía Financiera que le permita lograr la captación de los ingresos para su buen funcionamiento?

1.2. Objetivos Generales:

Se pretende ampliar el concepto teórico de la Autonomía Financiera de los Municipios, para mostrar la importancia que se tiene de lograr la captación de los ingresos por parte de los Municipios.

1.2.1. Objetivos Particulares:

Definir la Autonomía Financiera del Municipio, además de explicar la importancia de la obtención de la capacidad contributiva por parte del Municipio, así como analizar las dificultades para la captación de los ingresos provenientes de la Federación y del Estado.

Realizar una propuesta que permita obtener mayores ingresos fijos por parte del Municipio.

1.3. Hipótesis

El Municipio no a logrado tener una Autonomía Financiera que le permita generar sus ingresos para el funcionamiento optimo que requiere.

Se parte del supuesto que no ha sido suficiente la apertura que se hizo a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos del año de 1983, en donde se otorgaron ciertos ingresos al Municipio, para que este pudiera tener libertad financiera, ya que no se ha observado mucho avance debido a que fue algo somero en donde no se consideraron aspectos sociales, económicos y sobre todo los políticos. Esta Autonomía debería ser básica para esta figura, resaltando que a través de eso, la participación ciudadana sería más activa.

La descentralización fiscal será operante para obtener la Autonomía de este ente Administrativo denominado Municipio, tratando con esto de obtener otras fuentes de ingresos, reagrupando o toma en consideración los diversos tipos de Municipio que cuenta nuestro Estado, así como la modernización de la gestión para el cobro de las contribuciones que le corresponda, por la tanto se deberá analizar la propuesta de esta figura tanto a Nivel Federal como Estatal, para obtener mayor beneficios en la recaudación de los ingresos que se percibe por parte de la Federación.

1.4. Justificación

El hecho del porqué los Municipios sean los encargados de proporcionar los servicios, se debe a ciertas ventajas como son el tener un menor costo en servicio, mejor calidad de los productos, mayor prontitud, regular de una forma más cercana las actividades de los gobernados, pero cual sería una de sus mayores desventajas la forma de cómo perciben sus ingresos para la realización de los mismos.

Se podrá observar al ciudadano más participativo en la comunidad, debido a que podrá obtener mejores servicios que el Municipio le pueda brindar ya que los ingresos que

se percibe no tuviera que esperar a las cuestiones política de nuestro país, ni tuviera que estar esperando tanto disputa burocráticas referente a la Ley de Coordinación Fiscal, ni ser amigo o del mimo partido para que pueda recibir lo que corresponde, teniendo un buen manejo de los ingresos que deba proporcionarle a cada Municipio, este pudiera tener una mayor incremento en los servicios que brinda.

2. Marco Teórico

2.1. La Autonomía como atributo del municipio

La autonomía surge debido a un atributo implícito en la forma de gobierno del municipio, debido a que el individuo en su esfera personal tiene la libertad para hacer sus acciones y a defender su derecho, que después surge la necesidad de integración y se contempla el grupo social que su forma más precaria es la familia y esta forma a su vez se convierte en una comunidad, obteniendo así un beneficio para todo, teniendo que gobernar y naciendo así esta figura. (STUART Mil, 1972)

Entender que es el atributo de toda agrupación social, la que por la misma naturaleza de su creación nace con ella, como una forma de identidad y de independencia ante las demás comunidades. La primera decisión como ente autónomo será definir su personalidad como comunidad; la autonomía vendrá a hacer una cualidad del grupo social adquirida por su misma constitución y por el hecho mismo de su existencia. (MORELL OCAÑA, Luis, 1984)

Los asuntos locales están mejor administrados cuando se gestionan por los interesados; por eso, la autonomía surge como un atributo implícito del municipio.

La efectividad de la autonomía consiste en poder hacerla cierta. Sin esta posibilidad estaremos ante una garantía o derecho condicionado e incompleto, puesto que su efectividad no es oponible en contra de terceros. Sin esta última opción, el concepto de autonomía se desarrollará lenta y vagamente.

Kelsen establece que “la lucha por la autonomía local fue originalmente una lucha por la democracia en el seno de un Estado autocrático” (TENA RAMIREZ,

1985). Porque lo primero es que se consagre dicho principio para tener un contacto directo con la forma de gobierno que nos controla.

2.2 Forma de la Autonomía por la naturaleza del Estado

Por su naturaleza misma el municipio debería de contar con una autonomía para distinguirla del Estado, considerando desde dos puntos de vista:

Desde una perspectiva de la Autonomía Plena la cual se integran cuatro aspectos dentro de la institución del municipio y esto son: El aspecto legislativa cuando se adquiere su propia carta orgánica; Referente a lo político se basa de una manera de elección popular y democrática la forma de la organización del municipio; En la forma administrativa en donde se le da la facultad a la prestación de los servicios y de los actos administrativos, sin injerencia de otras autoridades y la más importante la consistente en la Financiera en donde se establezca la libre creación, recaudación e inversión de la rentas para obtener para el gasto público y hacer el fin último del gobierno que es las satisfacción de las necesidades públicas, con esto pasaría de tener una capacidad contributiva a tener una potestad fiscal, siendo estos puntos lo que necesitamos para prosperar como sociedad y ver las mejoras que pedimos constante como él grupo de personas que estamos reunidos e inmersos en el mismo, lo anterior se podría apreciar teniendo una autonomía en esta forma de gobierno. (HERNANDEZ, 2005)

El otro punto de vista se trata de la autonomía Semiplena cuando no alcanza los cuatro puntos anteriores y le falta algún elemento para constituir una verdadera autonomía, pero puede llegar a obtenerlo con el crecimiento de dicha comunidad.

2.3 Características de la Autonomía financiera del Municipio

Se pretende lograr que el Municipio logre una autonomía para que exista una redistribución real de las facultades y competencia, esto para llegar a determinar su ámbito de acción, se puede lograr por medio de la descentralización del gobierno federal y del Estatal y en donde se reconozca este poder.

Considero que algunas de las características de la autonomía con respecto al gobierno del régimen Municipal se pueden basar en un autogobierno que se establece a través de la manifestación de su gobernante para elegir a sus gobernados; Tener facultades expresamente designada para su gestión sin estar supeditadas a actos de autoridades superiores al mismo; Capacidad para ejercer la administración de sus funciones; tener Autosuficiencia económica para realizar las funciones encomendadas y establecer los recursos necesarios para llevar a cabo la misma.

Con estos elementos se puede hablar que el Municipio cuenta con una autonomía plena, como ya se expuso anteriormente ya que gozará de una preparación en donde pueda tener una organización propia para la administración y la prestación de los servicios que han quedado a su cargo y siempre han estado bajo su tutela, además de tener un desarrollo económico, social y ambiental, eso sería el ideal de un gobierno denominado Municipio no el que tenemos en la actualidad, que por la falta económica que es lo que mueve al mundo, han estado supeditado al gobierno Estatal, para esperar que se le de lo que corresponde para llevar las tareas encomendadas.

Como podemos observar el avance hacia la autonomía del municipio se analiza la reforma de 23 de diciembre de 1999, en donde se mira hacia un municipio que será gobernado por un ayuntamiento, dando ese poder constitucional que se crea a raíz de una manera democrática estableciendo un ayuntamiento, en donde se camina a que no existen intermediados entre el municipio para ejercer sus facultades, con esta reforma se le otorga al municipio una calidad de orden de gobierno aunque sea únicamente del poder ejecutivo, pero estamos avanzando en el proceso de que se considere el municipio como las otras formas de gobierno.

La participación de todos los sectores de la población es prioritario impulsar una redistribución justa de las atribuciones y competencias con la finalidad de dar el reconocimiento de la autonomía en su ámbito jurídico, político, social y sobre todo la económica. Este proceso se lleva a efecto mediante la descentralización del gobierno federal de las facultades de atribuciones y competencias a los tres niveles de gobierno y la asignación de recursos de distintas materias de la administración pública,

principalmente en educación, salud y política de desarrollo social, así como en agricultura, ganadería y desarrollo rural.

El equívoco término del Municipio Libre, que debería ser cambiado por el de autónomo, no ha sido definido ni en la legislación ni en la jurisprudencia y que esa libertad consistía en la eliminación de autoridades intermedia, este concepto de autonomía es de vital importancia para poder ejercer funciones de autocontrol interno con la finalidad de que los recursos que se asignen a los ayuntamientos puedan ser debidamente canalizados para los fines que se persiguen. (CABRERA DIRCIO, 2009)

Como ya se ha expresado lo que se pretendía con el movimiento revolucionario era edificar un gobierno que se construyera por medio del municipio y el cuál tuviera una autonomía, y que pasó solamente se contemplo como “municipio libre” que aun no podemos concebir a que se refiere con dicho planteamiento dentro de la constitución, en donde se pretendía que esta fuera la base de la administración pública, siendo hasta nuestro días las más restringidas.

Dentro de este debate que se dio en el constituyente no se otorgaron las garantías suficientes para observar lo que se contemplan por estos diputados, ya que ellos visualizaron el problema que radicaba a falta de tener una Hacienda propia el Municipio y tratando de poner fin a este problema el término equivocado y la fatal de una buena redacción y de no establecer un forma adecuada los lineamiento que se tenía que seguir con respecto de los ingresos de este, solamente señalando que sería los suficientes para ejercer su administración, para proceder su función, es lo que llevaría al problema que tenemos actualmente a estar supeditado a otra forma de gobierno.

Por lo anterior se tendrá que mirar hacia otro país como Alemania, Francia, Italia, Austria y España que se han preocupado por fortalecer la figura del Municipio, en el cual dentro de nuestro contexto esa autonomía se basa en la autorregulación dentro de su administración, la gestión del mismo y de los interés de la comunidad, pero que sucede dentro de nuestro contexto actual que no se atiende las necesidades pertinentes

debido a la falta de recursos como al escuchar la carencia de los miembros de dicha comunidad.

2.4 La Autonomía como Garantía Institucional de los Municipios

La autonomía local es una garantía institucional a diferencia de los derechos fundamentales, que surgen antes del Estado y que son tutelados por el mismo, como algo que está por encima y antes que la misma organización estatal. La garantía institucional nace con el Estado, como forma de organización y como elemento estructural e indispensable del orden constitucional,(MORELL OCAÑA, 1984) que hay que preservar incluso frente al propio legislador ordinario. Determina cual es el límite dentro de esa autonomía que consiste en el aspecto de división territorial y al mismo se le da el poder de contar con sus ingresos para realizar sus actividades dentro de ese mismo límite.

La autonomía va cambiando referente al espacio y al tiempo, según (MORELL OCAÑA, 1984) “Poco tiene que ver el Municipio Medieval, comunidad perfectamente autónoma y prácticamente integral con el Municipio de hoy, que está inmerso en el tupido contexto de una sociedad diversificada y pluralista. El Municipio- en consecuencia- y precisamente a causa de su perennidad, es una institución condicionada siempre por un horizonte histórico concreto y cambiante, al que ha de adaptarse y en el que ha encontrarse la mejor fórmula posible para cumplir su peculiar destino, esto es la cobertura de las necesidades de la comunidad vecinal.” Es decir no se puede vislumbrar un concepto ahorita que cien años antes o después debido a que los pensamientos y forma de las ciudades van cambiando y este concepto se tiene que ir modificando al cambio mismo de la entidad.

2.5 Importancia de la obtención de la capacidad contributiva por parte del Municipio

Autonomía financiera se refiere a que el Municipio logre tener una capacidad para tener los recursos económicos suficientes para resolver las necesidades prioritarias de su comunidad y estos se puedan obtener únicamente de los tributos que le corresponderían, también sería el manejo libre de su patrimonio y la disposición libre de su erario.

Es indudable que el fortalecimiento de la hacienda pública municipal materializa el desarrollo integral y aumenta la capacidad ejecutiva de la administración y esta mejoría económica y administrativa es para sustancial del proceso de democratización y de la política de descentralización de la vida nacional, logrando con la reforma del artículo 115 constitucional la posibilidad de un efectivo proceso de descentralización. Con la reforma indudablemente se vigoriza la capacidad financiera de los municipios para la toma de decisiones.

De acuerdo con la anterior se entiende que el municipio es una comunidad básica, republicana y democrática, es autónoma e independiente. Una unidad política que representa un tercer nivel de gobierno junto al nivel de Gobierno Federal y el Estatal.

Rousseau estableció que “la administración se hace más difícil cuando mayores son las distancias, al igual que un peso es mayor colocado en el extremo de una gran palanca” (ROUSSEAU, 1969). Es decir que si el Municipio tuviera el control de los ingresos es fácil de distribuir debido a que no está alejado de quienes lo proporcionado pero como estamos ahorita la federación está muy lejos de los contribuyentes que otorgando dichos ingresos.

Hasta el Estado de bienestar, la municipalización asumían directamente los servicios públicos, ahora con el estado neoliberal se concesiona cada vez con mayor frecuencia a los particulares, siendo la mejor solución por la falta de recursos económicos, la cuestión de la libertad industrial, la incapacidad técnica de la administración municipal, así como el que la gestión en manos de un particular era más acertada, puesto que tiene comprometido su interés.

En el artículo 115 Constitucional menciona que los municipios tendrán la libre administración de su hacienda, que ésta se formara con los rendimientos de los bienes que le pertenezca, con la contribuciones que establezcan las legislaturas de los Estados a su favor y que cuando menos deberán ser las relativas a la propiedad inmobiliaria, de su división, consolidación, traslación o traslado, mejoría y cambio de valor de los inmuebles, con las participaciones federales que correspondan al Municipio y con los ingresos derivados de la prestación de los servicios públicos a su cargo.

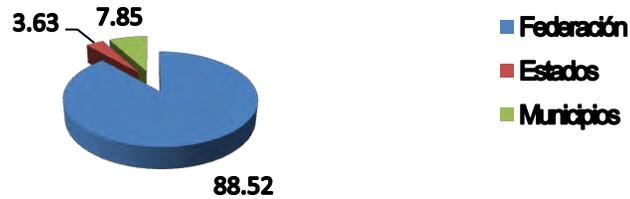
El texto del penúltimo párrafo de la fracción cuarta, indica que la leyes federales no limitarán la facultad de los estados para establecer las contribuciones que la Constitución estipula en beneficio del Municipio, así como los derechos por la prestación de los servicios públicos municipales, no podrán conceder las propias leyes federales exenciones en relación con tales contribuciones. Tampoco las leyes locales podrán establecer exenciones o subsidios a favor de personas físicas o morales, ni de instituciones oficiales o privadas; solamente los bienes de dominio público de la Federación, de los Estado o de los Municipios estarán exentos de dichas contribuciones, salvo que tales bienes sean utilizados por entidades paraestatales o por particulares, cualquiera que sea el título, para fines administrativos o propósito distintos a los de su objeto público.

Las leyes de ingresos y la revisión de las cuentas públicas lo harán legislatura de los Estados, siendo esta una garantía a la autonomía financiera del Municipio.

2.6 Los Municipios sujeto a la autorización financiera de los Congresos Locales

En la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 115, otorga a los Municipios la realización de ciertas funciones y servicios, pero no contempla su autonomía financiera sino que tiene que estar supeditada a las aportaciones que recibe por parte del Estado o Federación. En el artículo 131 así como en el 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala cuales son las contribuciones que van hacer para la federación, así como en el artículo 124 del mismo ordenamiento señala a las entidades federativas cuales son las que le corresponde, pero no señala, ni contempla la autonomía financiera del municipio, por lo tanto el municipio queda supeditado a las legislatura estatal para la aprobación de sus cuentas públicas tanto la de gastos como la de ingresos, se demuestran con la gráfica 1, en donde señala cuales son los egresos otorgadas a cada unos de estos niveles de gobierno.

Gráfica 1 .- Presupuesto de Egresos de la Federación 2015



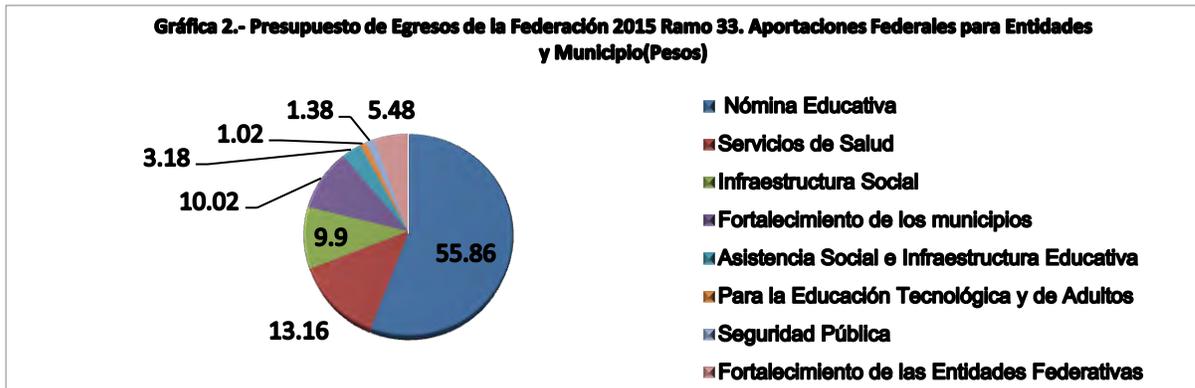
Fuente.- Diario Oficial de la Federación del día 03 de Diciembre de 2014.

De las misma manera en la ley de Coordinación Fiscal del año 2015, señala que los municipios gozarán de la proporcionalidad de 0.136% de la recaudación federal, así como el 1% que le corresponde también de dichos ingresos, pero imponiendo al municipio tener un convenio de coordinación fiscal en materia del impuesto predial, lo anterior para que los municipios puedan recibir parte de los ingresos federales, además de esperar la supervisión de los Estados que haga público dicho convenio para poder recibir los Fondos del Fomento Municipal.

Así mismo se observa la falta de autonomía por parte del Municipio en considerar sus finanza debido a lo contemplado en el artículo 6 de la Ley de Coordinación Fiscal Vigente, en donde se establece que para que los Municipios puedan adquirir las participaciones federales estarán expensas de las legislatura locales en donde ellos establecerán cuales son los medios más conveniente para cada uno de ellos observando los principios de generalidad, siendo el Estado quien otorga dicho dinero.

El artículo 32 y 33 de la Ley de Coordinación Fiscal del 2015, señala que dará un porcentaje en base al presupuesto de egreso de la federación determinado por la cámara de diputados federales, sin considerar realmente las necesidades que tenga la población, ya que no palpan directamente cuales son las necesidades de día a día que se necesitan en cada uno de los municipios siendo este poder el más viabilidad para resolver sus propios problemas, en la gráfica 2 se señala el presupuesto de egresos en el anexo 22 correspondiente al ramo 33 señala propiamente parte de los egresos que se le

otorga a los municipios, señalando cuales son las áreas que son destinadas para el gasto público y estos en múltiples ocasiones no le alcanza para todas las necesidades de los ciudadanos del municipio.



Fuente.- Diario Oficial de la Federación del día 03 de Diciembre de 2014.

3. Método

Está es una investigación explorativa y descriptiva con diseño no experimental y con técnica de investigación utilizada la documental y bibliográfica.

El presente trabajo contará con una metodología de investigación científica jurídica, la cual se utilizará para la adquisición del conocimiento en una propuesta teórica, de que el Municipio adquiera una autonomía financiera para poder satisfacer las necesidades de los gobernados, en su elaboración se describe las hipótesis a investigar, los objetivos del trabajo, fundamentos, diseño, metodología.

Se utilizará el método inductivo, ya que el conocimiento se adquirirá de lo particular para poder llegar a establecer las conclusiones generales a situaciones similares, para así poder dar base al concepto de nuestra propuesta teórica de la Autonomía del Municipio, en su aspecto financiero. Se obtendrá un trabajo conciso y objetivo, buscando una solución para proponer la Autonomía Financiera del Municipio. Las técnicas de Investigación consistirán en fichas bibliográficas y documentales en las cuales se harán para obtener el resultado de la investigación.

4. Propuesta y Resultados

Señalare que la primera causa que se debe plantear referente por qué se debe modificar la autonomía del municipio, es la forma de la redistribución de las fuentes de los Ingresos ya que una forma de desequilibrio para la obtención de un mejoramiento en las comunidades, en donde la Federación obtiene la ventaja de las fuentes de ingresos dejando al arbitrio y la toma de decisiones de las Legislatura de los Estados, teniendo más efectividad establecer un procedimiento de participación en la recaudación federal un poco más preciso sin tantas formulas como la de la Ley de Coordinación Fiscal que complica la repartición de los mismos y establecer en forma concreta los ramos que se deban repartir cada órgano de gobierno.

Que necesitamos para que el Municipio alcance una verdadera autonomía, su poder financiero ¿Qué se requiere para esto? Las fuentes de ingresos que le corresponde se deben ampliar como otorgar el ingreso directo del Derechos correspondientes a los bienes inmuebles.

Con respecto a la legislación se debería de considerar al Municipio para realizar su presupuesto de Egreso y su propias leyes de ingresos, que se involucre más al proceso de la creación que no sea el Estado con apoyo de la legislaturas locales quien realice dicho procedimiento, ya que es el Municipio quien conoce que es lo que necesita cual puede ser la carga impositiva y la capacidad que puedan tener sus contribuyentes.

Realizar un ordenamiento en una manera específica en donde se establezca la regla del juego con respecto a la repartición de los ingresos, sabemos que tenemos la Ley de Coordinación, al igual podemos ver la forma tan complicada para la repartición de la misma, que aquí se pueden fugar mucho de los ingresos que se percibe y no repartir de manera adecuada ya sea por error inconsciente o por alguna corrupción, soborno, etc..

Se debe permitir la verdadera hacienda municipal con los órganos de control que sea necesario para su procedimiento, pero que se permita con el patrimonio que se cuente, tener una mejor administración, explotación y aprovechamiento del mismo que no esté tan rezagado y se le permita gestionar en base al mismo.

Con todo esto podemos obtener una verdadera autonomía teniendo un sistema de coordinación fiscal en donde se considere desde el punto de vista no solamente de los ingresos, sino de los egresos, la planeación y la deudas que existen actualmente, los procedimientos para el otorgamiento de las participaciones y aportaciones federales, como la facilidad y la transparencia se la mejor arma para modificar dicho sistema, algo que sea fácil de comprender para todos y tengamos la certeza que lo que cooperamos con las distintas formas de gobierno, están rindiendo frutos.

En Nuevo León existen 51 Municipios en donde a través de la legislaturas locales les asignan el presupuesto a través de ingresos ordinarios y extraordinario, que le corresponde según lo determina las leyes correspondientes, mismo que no alcanza para las necesidades que debe cubrir debiendo ampliar dicha ponderación de ingresos directo al municipio como considerar los Derechos por el uso, goce, aprovechamiento o explotación de bienes de dominio público y que dichos ingresos quede directamente en dicha comunidad, así como formar una unión de aquellos municipios que no tenga suficientes recursos para realizar las actividades encomendadas por el artículo 115 Constitucional en donde se permita un mejoramiento a dichas actividades.

Teniendo un fortalecimiento de la fianzas municipales pretendiendo que la Federación y Estado tenga un monto más reducido de las partidas de ingresos, únicamente las necesaria para cubrir sus necesidades primarias y sea el municipio que tenga un mayor autofinanciamiento y tener en cuenta el gasto real que tiene se para cumplir con sus deberes y proporcionar un presupuesto adecuado conforme a sus necesidades.

5. Conclusión

ÚNICA.- El municipio es el órgano de gobierno que está mayor castigado con respecto a la autonomía en particular financiera, no tiene los medios suficientes para hacer las actividades encomendadas por la Constitución en su artículo 115.

Dicho ordenamiento se le considera como la forma de gobierno más adecuada para dotar las necesidades de comunidad por una lógica que es el más cercano a los habitantes y es el que sabe de las necesidades de su comunidad, siendo irónico que es a su vez es el que menos participa dentro de la repartición de los ingresos le corresponde, por eso se propone que sea este que tenga ingreso directo para cumplir con sus obligaciones.

6. BIBLIOGRAFIA

- CABRERA DIRCIO, J. (2009). *Teoría del Derecho Municipal*. México: Coyoacán.
- HERNANDEZ, A. (2005). *Las Carta Orgánicas municipales como instrumentos para garantizar la autonomía y mejorar la forma de gobierno y administración local, El Municipio en México y en el Mundo. Primer Congreso Internacional de Derecho Municipal*. México: Universidad Autónoma de México.
- FUSTEL DE COLANGE, N.(1978). *La ciudad Antigua*(Estudios sobre el Culto, el Derecho y la Institución de Grecia y roma).México: Porrúa.
- GRECA, A. (1943). *Derecho y Ciencias de la Administración municipal*. 2da ed. Tomo III. Argentina: Universidad Nacional del Litoral-Santa Fe.
- HÄBERLE, P. (2003). *El Estado Constitucional*. México: Universidad Autónoma de México.
- HÄBERLE, P. (2005). *Facticidad y Validez. Sobre el Derecho y el Estado democrático de derechos en términos de la teoría del discurso*. Madrid: Trotta.
- HERNÁNDEZ, A.(1971). *Derecho Municipal*, Tomo I. Buenos Aires: Depalma.
- KELSEN, H.(2005) *Esencia y Valor de la democracia, forma del Estado y Filosofía*. México: Coyoacán.
- MADRID HURTADO, M. (1982). *Derecho Constitucional Mexicano*. México: Instituto de Capacitación Política del PRI.
- MORELL OCAÑA, L. (1984). *Estructuras locales y ordenación de espació*. Madrid: Tecnos.
- MORELL OCAÑA, Luis. (1984). Madrid: Tecnos.
- QUINTANA ROLDAN, C. (2005). *Derecho Municipal*. México: Porrúa.
- RAWLS, J.(2006). *Teoría de la Justicia*. México: Fondo de la Cultura Económica.
- ROUSSEAU, J. J. (1969). *Contrato Social*. México: Porrúa.
- SAYEG HELUG, J.(1986). *Histórico-Jurídico del artículo 115 de la Constitución en la reforma municipal de la Constitución*. México: Porrúa.
- SAVINGNY, J. (1978). *EL Estado contra los Municipios*. Madrid: Instituto de Administración Local.
- STUART Mil, J. (1972). *Sobre la Libertad*. Madrid: Aguilar.
- TENA RAMIREZ, F. (1985). *Derecho Constitucional Mexicano*. México: Porrúa.
- VALENCIA CARMONA, S. (2003). *Derecho Municipal*. México: Porrúa.
- VALENCIA CARMONA, S.(1983). *La Nueva Estructura Constitucional del Municipio, En nuevo Derecho Constitucional*. México: Porrúa.
- ZORRILLA MARTINEZ, P. (1985). *Fortalecimiento Municipales*. México: Trabajo publicado en Estudios Municipales No. 3, mayo-junio.



**RIESGO FINANCIERO EN LAS EMPRESAS QUE
CONFORMAN EL ÍNDICE DE SUSTENTABILIDAD Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA BOLSA MEXICANA DE
VALORES: UNA PERSPECTIVA CONTABLE**

Autores:

*Nombre: Roxana Saldívar del Ángel
Institución: Universidad Autónoma de Nuevo León,
Facultad de Contaduría Pública y Administración
Dirección: Ave. Universidad S/N, Cd Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L.,
México, CP 66451
Correo: roxanaver@hotmail.com
Nacionalidad: Mexicana*

*Nombre: Klender Aimer Cortez Alejandro
Institución: Universidad Autónoma de Nuevo León,
Facultad de Contaduría Pública y Administración
Dirección: Ave. Universidad S/N, Cd Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L.,
México, CP 66451
Correo: klender@yahoo.com
Nacionalidad: Mexicano*

*Nombre: Fernando Isaías Saucedá Solís
Institución: Universidad Autónoma de Nuevo León,
Facultad de Contaduría Pública y Administración
Dirección: Ave. Universidad S/N, Cd Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L.,
México, CP 66451
Correo: fersauceda@hotmail.com
Nacionalidad: Mexicano*

*Fecha de envío: 15/Abril/2015
Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015*

Resumen

Se muestra un análisis del riesgo financiero para las empresas mexicanas que conforman el IPC sustentable que la Bolsa Mexicana de Valores emitió en noviembre del 2011 y que hizo retroactivo al año 2008. Se presenta una propuesta para estimar el riesgo financiero tomando de base la sensibilidad del riesgo en el retorno sobre el capital. El objetivo del presente trabajo es presentar los antecedentes de la implementación del Índice de Sustentabilidad en México y evaluar el riesgo financiero de las empresas consideradas en la muestra *antes* y *después* de haber calificado con este índice. Para lo anterior, utilizamos la prueba t para medias y la prueba F de Fisher para la varianza. Los resultados reportaron que no existe evidencia empírica para decir que el riesgo es diferente entre las empresas calificadas y no calificadas *antes* del ISRS, caso contrario ocurre para las mismas empresas pero después de la calificación, donde se encontraron hallazgos que permiten suponer que el riesgo financiero es diferente entre las empresas *después* de haber calificado. El riesgo financiero disminuyó en la mayoría de las empresas. Los resultados son interpretados desde una óptica contable más que desde parámetros del mercado. El trabajo se divide en 5 secciones: introducción, antecedentes del índice de sustentabilidad y responsabilidad social, metodología, resultados y conclusiones.

Palabras clave: riesgo financiero, índice de sustentabilidad, responsabilidad social, sustentabilidad financiera.

Introducción

México ha asumido el compromiso ante el pacto mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) de reducir los gases de efecto invernadero en un 30% para el 2020, la problemática toma relevancia porque estos gases provienen en gran medida de las empresas que cotizan en Bolsa Mexicana de Valores, (BMV, 2012).

Adoptar prácticas de sustentabilidad y responsabilidad social corporativa trae asociado un beneficio como mencionan Margolis & Walsh (2003), pero también un costo, que alguien en el mercado tiene que absorber (Brammer et al., 2006) y la BMV alineada a las políticas gubernamentales de crecimiento, espera con la implementación de este índice incrementar la captación de inversión en México y por ende la activación del mercado financiero mexicano, (BMV, 2011). Por ello, creemos conveniente analizar que las empresas que calificaron con el ISRS redujeron su riesgo financiero después de haber

calificado y que al contrastarlas con las que no calificaron sus riesgos financieros sean menores.

Existe un conflicto de intereses entre los accionistas, que siempre buscarán maximizar beneficios y por otro lado la dirección que busca permanecer a largo plazo. Es por ello que en este artículo se realiza un análisis de los efectos sobre el riesgo financiero tomando de base la métrica contable del rendimiento operativo de capital (ROE) porque como señalan Aras & Crowter (2009) las empresas que adoptan prácticas responsables y sustentables e invierten en proyectos con estas características, tienen costos de capital menores. Husted & Allen (2000) mencionan que la empresa mejorará su imagen, utilidades, ventas, ambiente laboral, social, inversiones y relación con reguladores. Cuando las empresas emiten informes de responsabilidad social, mandan señales positivas a sus grupos de interés (*stakeholders*)³ y estos lo perciben como un valor agregado para el negocio Sepúlveda et al. (2001).

Índice de Sustentabilidad y Responsabilidad Social (ISRS) en la BMV

Los mercados pioneros en el uso de indicadores de sustentabilidad en los mercados financieros fueron el de Nueva York y el Londinense allá por los años noventa, entre los que destacan Dow Jones Sustainability Indexes y el FTSE4Good. Estos indicadores miden a las empresas más sustentables en sus mercados de valores respectivamente (Sepúlveda et al., 2001).

³ Son grupos o individuos interesados en un negocio, que deben ser considerados en la planificación estratégica, (Pitman, 1984).

Este análisis tomará como indicador de sustentabilidad el índice de sustentabilidad y responsabilidad social (ISRS) que la BMV lanzó el 8 de diciembre del 2011 pero lo hizo retroactivo al mes de noviembre del 2008. El ISRS fue elaborado por la calificadora EIRIS (*Empowerment of Responsible Investment*) bajo los parámetros del pacto mundial de la ONU, y tomando como referencia los estándares que el *Global Reporting Initiative* (GRI, 2006) quien definió un reporte de sustentabilidad como la “práctica de medir, divulgar y rendir cuentas a los actores internos y actores externos involucrados en el desarrollo organizacional”.

Para elaborar el ISRS, la BMV contrató a las calificadoras autónomas e independientes quienes analizaron las prácticas de las emisoras en materia ambiental, social y gobierno corporativo. Estas calificadoras son: EIRIS (*Empowerment of Responsible Investment*), y la Universidad Anáhuac del Sur. Las dos calificadoras evaluaron y compararon a las emisoras mexicanas con las 3000 emisoras de 26 países a quienes también calificaron, y en México se eligieron aquellas emisoras cuya calificación se encontró por arriba de la calificación promedio de las 3000 emisoras, (BMV, 2011).

Los criterios de medición utilizados por ambas calificadoras se basaron en los principios y recomendaciones de: a) Principios del Pacto Mundial b) Recomendaciones de la OCDE c) El BM quien promueve las prácticas de gobierno corporativo y d) ISO 14000 referente a la industria limpia.

Riesgo financiero y la sustentabilidad

Botosan & Plumlee (2005) sostienen que el efecto de divulgar reportes de sustentabilidad no se puede medir directamente sobre el precio de las acciones, porque sobre los precios influyen una serie de factores, como los flujos de efectivo esperados, riesgos del mercado, tasas de rendimiento esperadas, resultados operativos o la tasa de descuento que es tomada como el costo de capital, sin embargo en este estudio lo que evaluaremos es el riesgo financiero que esta involucrado en el costo deuda de las empresas que adoptaron el índice de sustentabilidad y responsabilidad social.

El riesgo es captado en el valor de beta de acuerdo a la métrica contable del ROE (Rendimiento operativo de capital). El objetivo de este artículo es analizar si los valores para beta disminuyen después de que las emisoras calificaron con el índice de sustentabilidad y responsabilidad social.

Kothari (2001) señala que el efecto de divulgar reportes de sustentabilidad reduce la asimetría de la información y por lo tanto el riesgo que se verá reflejado en un costo menor. Diamond & Verrecchia (1991) sostienen que existe una relación inversa entre las revelaciones de sustentabilidad y la asimetría de la información y ésta influye en las decisiones que se toman sobre los mercados de capitales, incluyendo las decisiones de financiamiento a las que las empresas recurren para proyectos sustentables a largo plazo.

El costo de deuda representa un costo de oportunidad que puede analizarse con la misma óptica del costo de capital, pero con un enfoque de riesgo contable, es decir las empresas al financiarse para proyectos sustentables incurren en un costo de deuda que involucra un riesgo financiero de no poder cubrir con los compromisos contraídos. Nosotros analizaremos sólo el valor de la beta que para este estudio miden el riesgo financiero, no la

determinación del costo de deuda total. Sharfman (2008) señala que las compañías que gestionan mejor sus riesgos ambientales y sociales minimizan sus riesgos financieros.

Modelo de riesgo financiero

El estudio consiste en estimar el riesgo financiero. Para ello, se propone desarrollar el modelo de regresión de la ecuación (1) tomando de referencia los trabajos de Waddock y Graves (1997) y Lima et al. (2010) para explicar el rendimiento del capital (ROE), métrica contable utilizada para medir la rentabilidad de la empresa bajo sus propios fondos.

$$ROE_{t+2} = \alpha + \gamma \ln \text{activos} + \beta \frac{\text{Pasivo a Largo Plazo}}{\text{Ebitda}} + \varepsilon \quad (1)$$

Donde:

- *ROE*= Representa el rendimiento de la empresa sobre sus recursos propios, se determinará dividiendo la utilidad de la empresa entre el capital, se utilizará con 2 adelantos para captar el efecto financiero después de 2 ejercicios. Lima et al (2010) Waddock y Graves (1997).
- $\ln \text{activos}$ = logaritmo de los activos, la cual utilizaremos como variable de control, para considerar el tamaño de la empresa como señalan Peters y Mullen (2009), en el mismo sentido Lima et al.(2010) señala que el tamaño de los activos es una importante variable de control porque las empresas grandes pueden tener más capacidad para adoptar, practicar y sostener las prácticas de responsabilidad social y de sustentabilidad y de gestionar mejor sus riesgos.
- Pasivo a largo plazo /Ebitda = representa la cobertura de deuda que la empresa puede manejar, se toma como el riesgo financiero, para responder a sus

compromisos financieros y mide la eficiencia en la administración de la deuda y cuando ésta se administra correctamente reduce el costo financiero. Block y Hirt (2005, pág. 59).

- α = Constante de la regresión.
- γ = sensibilidad del *ROE* ante cambios en el activo el activo.
- β = coeficiente beta (métrica de riesgo financiero)

Es importante señalar que el objetivo central de este análisis es medir el efecto de la sustentabilidad y responsabilidad social corporativa sólo sobre el coeficiente beta (β) y observar si estas prácticas sustentables y sociales están influyendo de manera directa como un factor para mitigar el riesgo financiero.

El coeficiente beta captura el riesgo financiero y suponemos que también será un factor que reducirá el costo de deuda, porque los accionistas sacrificarán parte de sus rendimientos por invertir en proyectos sustentables y sociales y porque debido a la relación positiva entre riesgo y rendimiento, el costo de deuda se puede modificar, si se invierte en proyectos que modifiquen el riesgo, por ejemplo en proyectos sustentables como señalan Brealey et al. (2010).

Metodología de análisis

Para estimar el riesgo financiero, calcularemos los valores para el coeficiente beta que en este análisis se ha considerado como el riesgo o la posibilidad de no poder cumplir con el servicio de la deuda de las empresas que calificaron con el ISRS y de las que no

calificaron *antes* y *después* del lanzamiento de dicho índice. Para la estimación de beta utilizamos el siguiente procedimiento.

De la base de datos Infosel financiero (2012) se obtuvo información contable, referente a la utilidad del ejercicio y la utilidad de operación, estas partidas se tomaron del estado de resultados y con lo que respecta al activo y el pasivo (a corto y largo plazo) y el capital se tomaron del estado de situación financiera (Balance General). Los pasos que seguimos se describe a continuación:

- 1) Se estimaron los coeficientes para beta con la ecuación (1), tanto para las empresas que calificaron como para las que no calificaron con el ISRS en un período *antes* (2004-2007) del ISRS y *después* (2009-2012). Se utilizó regresión lineal simple con mínimos cuadrados ordinarios.
- 2) Se aplicó una prueba de hipótesis para media y varianza.
- 3) Se obtienen los valores para beta que representa el riesgo financiero.
- 4) Validamos la significancia estadística de los coeficientes beta, con prueba de diferencia de medias y prueba de hipótesis para la varianza, para observar si el riesgo financiero es menor después de haber calificado con el ISRS.
- 5) Construcción de tablas con los valores de los coeficientes beta de cada una de las emisoras *antes* y *después* del ISRS.
- 6) Tabla resumen donde se aprecia la media y la varianza de las empresas que calificaron y las que no calificaron, *antes* y *después* de la calificación
- 7) Interpretación de resultados.

Para determinar el valor del coeficiente beta que representa el riesgo financiero y es el objeto de este estudio, tomamos una muestra de 17 empresas que calificaron con el

índice de sustentabilidad y responsabilidad social en la BMV en el período del 2004 al 2012 y que pertenecen al listado de empresas que conforman el índice de precios y cotizaciones. El año 2008 se tomo de referencia porque es el año al cual se hizo retroactivo el índice que fue lanzado en el 2011, así mismo analizamos también 7 empresas que no calificaron con el índice, para poder realizar una comparación entre ambos grupos de empresas y observar el efecto de las prácticas de sustentabilidad y responsabilidad social sobre el riesgo financiero. Los datos fueron extraídos de la base de datos Infosel Web (2012). Se clasifican los valores del coeficiente beta por sector de mercado, para poder realizar un análisis antes y después de la calificación del índice. Posteriormente, se realiza un análisis de media y varianza antes y después de la calificación del índice utilizando pruebas de hipótesis de medias y varianza. Finalmente se analizan resultados y se generan conclusiones.

Resultados

En la Tabla 1 se muestran las betas estimadas antes de la entrada en vigor del Índice para empresas calificadas.

Tabla 1. *Betas antes del ISRS para empresas calificadas (2004-2007)*

	β	p-value	R ²
Transformación			
Arca	-0.01165	0.00000	0.78271
Bimbo	-0.01799	0.00050	0.58214
Femsa	-0.01332	0.00000	0.76719
Gmodelo	-0.07531	0.00000	0.81657
Kimber	-0.05324	0.00001	0.76631
Controladoras			
Alfa	-0.00526	0.00007	0.66554
Mexchen	N/D	N/D	N/D
Comercial			
Comerci	-0.01003	0.00000	0.81862
Walmex	-0.08094	0.00001	0.79152
AMX	-0.00515	0.02946	0.91694
Azteca	-0.02688	0.00000	0.75514
Servicios financieros			
Gfnorte	-0.00979	0.00000	0.81725
Construcción			
Cemex	-0.00461	0.00043	0.59724
Geo	-0.03206	0.00000	0.74331
ICA	-0.00229	0.03570	0.57071
Extractiva			
Gmexico	0.00315	0.38714	0.24205
Peñoles	N/D	N/D	N/D

Fuente: Elaboración propia con datos de Infosel (2012)

En la Tabla 1 observamos que el 93% de las empresas analizadas reportan valores para beta estadísticamente significativos, excepto las empresas ICA y GMéxico, además identificamos que las empresas que reportan valores para beta menores son la empresas Alfa con un valor para beta de -0.00526, Gfnorte - 0.00979 y Cemex -0.00461. Es importante señalar que estos valores se calcularon cuando la empresas todavía no reportaban a la BMV sus prácticas de responsabilidad social, pero eso no implica que no las realizaban, lo que nos hace pensar que los resultados financieros de la empresa se ven influenciados por otros medios de difusión que impactan en forma directa sobre el riesgo y

no necesariamente por el comportamiento del mercado como opinan Diamond & Verrechia (1991) y Khotari (2001).

Continuando con el análisis, estimamos los valores para beta con la ecuación (1) para las empresas que no calificaron *antes* del ISRS. Y los resultados se muestran en la Tabla 2.

Tabla 2. *Betas antes del ISRS para empresas no calificadas (2004-2007)*

Emisora	β_2	p-value	R ²
Transformación			
Gruma	0.01479	0.91754	0.17902
Comercial			
Alsea	-0.02327	0.00118	0.49505
Elektra	0.03672	0.05774	0.23122
Livepol	N/A	N/A	N/A
Soriana	-0.01326	0.00000	0.79638
Construcción			
Ara	-0.02319	0.00000	0.81957
Comunicaciones y transportes			
Tlevisa	-0.00333	0.00007	0.65219

Fuente: Elaboración propia con datos de Infosel (2012)

Observamos que en el 83% de las emisoras que no calificaron con el ISRS sus valores estimados para beta fueron estadísticamente significativos al 90% excepto para la empresa Gruma, observando también que el valor para beta más pequeño corresponde a la empresa Televisa.

Lo que se pretende analizar en esta fase es que las betas para las empresas calificadas y no calificadas *antes* del ISRS no tienen diferencia, es decir, no había ningún efecto de las prácticas sustentables y de responsabilidad social, por ello probaremos las siguientes hipótesis.

Prueba de Hipótesis de Medias antes del ISRS

La hipótesis nula que se establece es la siguiente: $H_0: \beta$ de empresas calificadas *antes* del ISRS = β de empresas no calificadas *antes* del ISRS, mientras que la hipótesis alternativa se define como $H_1: \beta$ empresas calificadas *antes* del ISRS \neq β empresas no calificadas *antes* de la calificación del ISRS. Los resultados se muestran en la Tabla 3.

Tabla 3. Prueba t para dos muestras antes de la calificación

	Calificadas	No Calificadas
Media	-0.024982951	-0.001921654
Varianza	0.000681082	0.000562248
Observaciones	15	6
Varianza agrupada	0.00064981	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	19	
Estadístico t	-1.872846043	
P(T<=t) una cola	0.038279974	
Valor crítico de t (una cola)	1.729132792	
P(T<=t) dos colas	0.076559949	
Valor crítico de t (dos colas)	2.09302405	

Fuente: Cálculos realizados en Excel 2007

Al realizar la prueba de hipótesis para medias de dos muestras diferentes en tamaño como señala (Lind et al. 2005, pág. 367) y con nivel de significancia del 5%, ubicamos un valor de $t = -1.8728$ que al contrastarlo contra el valor crítico para dos colas, no rechazamos la hipótesis nula, por lo que suponemos que no existe evidencia estadística para decir que los valores estimados para beta *antes* del ISRS para ambas empresas las que calificaron y las que no calificaron son diferentes.

A continuación estimamos los valores para beta de las empresas que calificaron y las que no calificaron pero *después* del ISRS, para posteriormente realizar prueba de hipótesis de media y varianza. Considerando los resultados de la Tabla 4 observamos que el 93% de los valores reportados son estadísticamente significativos, excepto para la empresa Ica, que corresponde al sector de la construcción, también observamos que las betas menores

corresponden a las empresas Bimbo, Comerci, Gfnorte, y Cemex, estos valores negativos y significativos se puede deber a que estas empresas realizaron inversiones en proyectos sustentables, que el mercado empezó a descontar y tuvo un efecto en el riesgo financiero de la empresa.

Tabla 4. *Betas después del ISRS para empresas calificadas (2009-2012)*

	β_2	p-value	R ²
Transformación			
Arca	-0.01005	0.00084	0.62544
Bimbo	-0.00830	0.00012	0.68678
Femsa	-0.01225	0.00162	0.52548
Gmodelo	-0.07421	0.00001	0.77205
Kimber	-0.07272	0.00009	0.75223
Controladoras			
Alfa	-0.01209	0.00009	0.66577
Mexchen	N/D	N/D	N/D
Comercial			
Comerci	-0.00266	0.08711	0.20046
Walmex	-0.06879	0.00001	0.78539
AMX	-0.03451	0.00701	0.55408
Azteca	-0.01341	0.00016	0.70707
Servicios financieros			
Gfnorte	-0.00129	0.00000	0.79502
Construcción			
Cemex	-0.00054	0.00038	0.61822
Geo	-0.01666	0.00001	0.76258
ICA	-0.00029	0.19350	0.13989
Extractiva			
Gmexico	-0.01410	0.04798	0.45393
Peñoles	N/D	N/D	N/D

Fuente: Elaboración propia con datos de Infosel (2012)

Si comparamos las betas de estas empresas contra los valores para betas que reportaron las empresas antes del ISRS podemos apreciar que hubo una disminución del 53% para la empresa Bimbo, un 73% para la empresa Comerci, 86% para Gfnorte y 88% para Cemex, esta reducción en el riesgo puede deberse a que cuando las empresas revelaron a la BMV que realizan prácticas de responsabilidad social y anunciaron la calificación con el índice se produjo la reducción en el riesgo, teoría que coincide con Dhaliwal (2011) y Kothari (2001).

En la Tabla 5 se muestran las betas estimadas para las emisoras que no calificaron *después* del ISRS para contrastarlas contra las que si calificaron en este periodo.

Tabla 5. *Betas después del ISRS para empresas no calificadas (2009-2012)*

Emisora	β_2	p-value	R ²
Transformación			
Gruma	-0.01070	0.63850	0.06496
Comercial			
Alsea	-0.00023	0.05227	0.49230
Elektra	0.05066	0.24072	0.12806
Livepool	N/D	N/D	N/D
Soriana	-0.00461	0.00075	0.62361
Construcción			
Ara	-0.00465	0.00000	0.83150
Comunicaciones y trans			
Tlevisa	-0.00241	0.00007	0.68696

Fuente: Elaboración propia con datos de Infosel (2012)

Al observar los valores estimados para las betas de las empresas no calificadas identificamos que solo 66% son estadísticamente significativas, y que la empresa Alsea es la que reporta el menor valor. Al comparar las betas *antes* del ISRS para las no calificadas contra las betas *después* para las mismas empresas observamos que éstas disminuyeron, pero los reportes de sustentabilidad y responsabilidad social no ejercen ningún efecto sobre esta disminución porque estas empresas no reportaron sus prácticas a la BMV.

Prueba de hipótesis de medias después de la calificación del ISRS

La hipótesis nula que se establece es la siguiente: $H_0: \beta$ de empresas calificadas *después* del ISRS = β de empresas no calificadas *después* del ISRS, mientras que la hipótesis alternativa se define como $H_1: \beta$ empresas calificadas *después* del ISRS $\neq \beta$ empresas no calificadas *después* de la calificación del ISRS. Los resultados se muestran en la Tabla 6.

Tabla 6. Prueba t para dos muestras después de la calificación

	Calificadas	No Calificadas
Media	-0.022789946	0.004677874
Varianza	0.000718516	0.000519627
Observaciones	15	6
Varianza agrupada	0.000666177	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	19	
Estadístico t	-2.203134223	
P(T<=t) una cola	0.020063333	
Valor crítico de t (una cola)	1.729132792	
P(T<=t) dos colas	0.040126666	
Valor crítico de t (dos colas)	2.09302405	

Fuente: Cálculos realizados en Excel 2007

Al realizar la prueba de hipótesis para medias de dos muestras diferentes en tamaño como señala (Lind et al., 2005, pág. 367) y con un nivel de significancia del 5%, ubicamos un valor de $t=-2.2031$ que al contrastarlo contra el valor crítico para dos colas, rechazamos la hipótesis nula, por lo que suponemos que existe evidencia estadística para decir que los valores estimados para beta *después* del ISRS para ambas empresas las que calificaron y las que no calificaron son diferentes y esta diferencia se puede deber al efecto de haber revelado sus prácticas de sustentabilidad y responsabilidad social, lo cual coincide con los estudios de Diamond & Verrechia (1991) y Khotari (2001).

Prueba de hipótesis de varianza antes y después del ISRS

Continuando con el análisis propuesto probaremos la hipótesis de que la varianza disminuye para las empresas que calificaron con el ISRS. Este análisis se realizó con el mismo enfoque de la prueba de hipótesis de medias, es decir *antes* y *después* de la calificación del ISRS tanto para las empresas que calificaron como para las que no calificaron. Se desea probar que la varianza de las empresas sustentables antes de calificar con el índice es igual a las empresas no sustentables. Utilizaremos la prueba F la cual pone a prueba que la varianza de una población normal es igual a la varianza de otra población normal Lind et al. (2005, pág.387) y se establece de la siguiente forma: $H_0: \sigma_1^2 = \sigma_2^2$ y la $H_a: \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$ para *antes* y *después* de la calificación del ISRS. Los resultados se muestran en la Tabla 7.

Tabla 7. Prueba F para varianzas de dos muestras antes del ISRS

	<i>Sustentables</i>	<i>No sustentables</i>
Media	-0.024982951	-0.001921654
Varianza	0.000681082	0.000562248
Observaciones	15	6
Grados de libertad	14	5
F	1.211356054	
P(F<=f) una cola	0.447977313	
Valor crítico para F (una cola)	4.635767722	

Fuente: Cálculos realizados en Excel 2007

Como podemos observar el valor de F asciende a 1.2113 y al contrastarlo con el valor crítico de 4.6357 nos permite no rechazar la hipótesis nula por lo que podemos decir que no existe evidencia estadística de que la varianza es diferente entre las empresas que calificaron y las que no calificaron *antes* del lanzamiento del ISRS. Ahora realizamos la misma prueba pero en el período posterior. En la tabla 8, el valor del estadístico F se ubica en zona de no rechazo para la hipótesis nula, por lo que podemos inferir que la varianza de las empresas que si calificaron con el índice contra las que no calificaron después del

lanzamiento del ISRS es igual, lo que nos permite suponer que no hay efecto sobre la variabilidad después de la calificación del ISRS.

Tabla 8. Prueba F para varianzas de dos muestras después del ISRS

	<i>Sustentables</i>	<i>No sustentables</i>
Media	-0.022789946	0.004677874
Varianza	0.000718516	0.000519627
Observaciones	15	6
Grados de libertad	14	5
F	1.382754479	
P(F<=f) una cola	0.382884038	
Valor crítico para F (una cola)	4.635767722	

Fuente: Cálculos realizados en Excel 2007

Las empresas que no calificaron muestran un decremento en la varianza al pasar de 0.00056 antes de la calificación del ISRS a 0.00051 después como se aprecia en la Tabla 9, lo cual representa una disminución del 8.9%. Y al compararla con la varianza de las que si calificaron que pasó de 0.00068 antes del ISRS a 0.00071 después del ISRS representando un aumento de 4.41%, observamos que la volatilidad en las que no adoptaron prácticas sustentables fue menor en 4.49% con respecto a las que si calificaron con el ISRS.

Tabla 9. Media y varianza antes y después del ISRS

	<i>Sustentables</i>		<i>No Sustentables</i>	
	Antes	Después	Antes	Después
Media	-0.02498	-0.02278	-0.00192	0.00467
Varianza	0.00068	0.00071	0.00056	0.00051

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 9 se resumen los cálculos realizados donde se aprecia que el riesgo financiero representado por la media disminuye en las empresas calificadas después del ISRS. Sin embargo, cabe mencionar que en las empresas no sustentables se muestra un aumento. Esto también se puede deber a que las empresas no calificadas que se utilizaron para el análisis, están dentro de las empresas más representativas y fuertes de México y

como mencionan Carbonell & Pérez (2004) y Ayala & Becerril (2007, pág. 89) las empresas en México que muestran betas mayores es porque también son las más rentables, comprobando así la teoría de mayor riesgo mayor rendimiento. Empresas como Gmodelo y la empresa TV azteca muestran betas menores y son estadísticamente significativas, este efecto se puede deber a las intensas campañas de publicidad que estas empresas utilizan para revelar sus acciones sociales y sustentables Dhaliwal (2001) y Botosan (2006).

El análisis anterior nos permite inferir que existe un efecto en los valores para beta antes y después para el caso particular de estas dos empresas pero no en todas las empresas de la muestra.

Conclusiones y Recomendaciones

Encontramos que el mercado mexicano es débil en comparación con otros mercados financieros que manejan este tipo de indicadores. En México tan solo 23 empresas calificaron por primera vez de 136 empresas que a la fecha de la adopción del índice de sustentabilidad y responsabilidad social (ISRS) conformaban el paquete de emisoras mexicanas. Estas representa solo el 15%, comparado con mercados financieros como el Estados Unidos donde las empresas que califican con indicadores sustentables oscila entre 30% y 35% del total de los fondos que se mueven en dichos mercados (BMV, 2012).

Con los resultados de las betas que representan el riesgo financiero, podemos realizar unas primeras aseveraciones para decir, que las empresas reducen su riesgo financiero cuando adoptan prácticas de sustentabilidad y responsabilidad social corporativa lo cual puede deberse al efecto de haber adoptado prácticas sustentables. Diamond y Verrechia (1992), Hill et al. (2007), Aras y Crowther (2009) y Ghoul (2010).

Es importante señalar que en nuestra muestra tomamos empresas que pertenecen a todos los sectores del mercado y el análisis reportó que en forma general el riesgo financiero se reduce en algunas empresas, como es el caso de TVAzteca donde podemos concluir que es una empresa que permanentemente realiza autopromoción de sus programas sociales y sustentables.

En México se necesitan organismos públicos y privados que involucren, fomenten y regulen las prácticas sustentables y socialmente responsables, y que estos temas formen parte de las políticas de estado, porque en la medida que estas prácticas se regulen se sensibilizará a los empresarios y a los ciudadanos a generar riqueza sin daños colaterales a la comunidad y al planeta.

Con el análisis realizado podemos inferir que en México las empresas que en Noviembre del año 2011 anunciaron que habían calificado con el ISRS redujeron sus riesgo financiero, las empresas que calificaron por primera vez en el 2011, permanecieron en la segunda revisión del año 2013 sus niveles de capitalización aumentó y esto pudiera haberse dado porque el público inversionista puede estar asociando este comportamiento. Las betas son diferentes después de que las empresas consideradas en la muestra calificaron con el ISRS y la mayoría de las betas se redujeron, se espera que las empresas mantengan estos indicadores dentro de sus planes estratégicos Porter y Kramer (2006) como mecanismos para gestionar mejor sus riesgos y el mercado mexicano madure, en el sentido de dar mayor valor a las empresas que adoptan estas prácticas porque en teoría estas empresas tienen acceso a mejores fuentes de financiamiento y el riesgo para los stakeholders que financian sus operaciones disminuye y detona las inversiones como los estudios de Amene y Le Sourd (2010).

Como conclusión final podemos establecer que la mayoría de las empresas analizadas que adoptaron prácticas de sustentabilidad y responsabilidad social en México y calificaron con el índice que emitió la BMV en el año 2011 con efecto retroactivo al año 2008, tuvieron betas menores a cuando no estaban calificadas.

Uno de los hallazgos más importantes es que no necesariamente las empresas reducen su riesgo cuando adoptan estas prácticas, pero sí es importante puntualizar que las empresas que adoptaron estas prácticas y que fueron consideradas en la muestra, reportaron menor variabilidad.

En México se necesitan organismos públicos y privados que se involucren en mayor medida, fomenten y regulen las prácticas sustentables y socialmente responsables, y que estos temas formen parte de las políticas de estado no como sugerencias sino como instrucciones, porque en la medida que esto ocurra se sensibilizará a los empresarios y a los ciudadanos a generar riqueza sin daños colaterales a la comunidad y al planeta.

La investigación presenta ciertas limitaciones, la primera limitación fue el tamaño de la muestra, que de 24 empresas que conformaron la muestra tuvimos que discriminar 7, por no tener el acceso a los datos.

La investigación solo se realizó para las empresas mexicanas que cotizan en la bolsa mexicana de valores, sin embargo existen en México empresas pequeñas medianas y grandes que han adoptado la RSC y la sustentabilidad pero no revelan esta información, y si la revelan no existen indicadores formales como el de la BMV que avalen esas prácticas.

Otra limitación es el período de tiempo aun no es suficiente, porque generalmente los efectos de invertir en proyectos sustentables o de responsabilidad social no se reflejan en el corto plazo.

El modelo propuesto para el cálculo del riesgo financiero sustentable, puede ser mejorado, considerando una muestra más grande de empresas, para generar una mejor estimación si se tuviera acceso a los datos específicos de cuanto erogaron las empresas mexicanas por concepto de financiamiento para proyectos sustentables, con las partidas contables desglosadas, en esta investigación tomamos el concepto de pasivo total, el cual incluye el costo de financiamiento pero en forma general.

Este estudio servirá de referente para futuras investigaciones en México porque todavía la literatura que involucra métricas contables es escasa, que aporten evidencia empírica de que la sustentabilidad y la RSC trae asociado efectos positivos a las empresas, a los ciudadanos y al país.

La beta que se estimó para el riesgo financiero se utilizó a partir de la ratio pasivo a largo plazo sobre Ebitda que se consideró como conveniente para el estudio, sin embargo, se podrían revisar otras métricas para medir la capacidad para poder cumplir con las obligaciones de la firma, las típicas son apalancamientos operativo y financiero, así mismo la estructura de endeudamiento. Lo anterior puede ser un buen comienzo para futuras investigaciones que pueden robustecer el presente trabajo.

Referencias

- Amene, N ; Le Sourd, V.(2010) *The Performance of Socially Responsible Investment and Sustainable Development in France: An Update after the financial Crisis*. Edhec Risk Institute.
- Aras, G; Crowther, D. (2009). Corporate Sustainability Reporting: A Study in Disingenuity?, *Journal of Business Ethics*, 87, 279-288.
- Argandoña, A. (1998). La Teoría de los Stakeholders y el bien Común. (U. d. Navarra, No.355 *IESE*).
- Ayala, B, G. & Becerril, S, B. (2007). *Finanzas Bursátiles*. Mercados de Capitales y Productos derivados. IMCP. Tomo II.1° ed.
- Besley, S., & Brigham, E. (2001). *Fundamentos de Administración Financiera* (12 ed.), Miami: Mc Graw Hill.
- BMV (2012). *Bolsa Mexicana de Valores*. Obtenido de www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/responsabilidad_social
- Botosan, C. A. & Plumlee, M.A. (2005). Assessing alternative proxies for the expected risk premium, *The Accounting Review*, 80(1), 21-53.
- Brealey, R, A; Myers, S, C & Allen, F. (2010). *Principios de Finanzas Corporativas*. Mc Graw-hill, 9° Ed.
- Carbonell, O; y Pérez, C. (2004), D-CAPM en México: *Un modelo alternativo para estimar el costo de capital*, consultado en: <http://www.ipade.mx/contenidos>
- Cortez, K; Rodríguez, M; Wong, A; & Saldívar, R. (2010). Costo de Capital en Empresas Mexicanas Socialmente Responsables, *Journal of Good Conscience*, 5, 16-30.
- Cuevas, B. (2007). Gobierno Corporativo como ventaja competitiva. *Negotia. Revista de investigación de Negocios*, 3(10).
- Dhaliwal, D. S., Li, S. Z., Tsang, A. & Yang, Y. G. (2011). Voluntary Nonfinancial Disclosure and the Cost of Equity Capital: The Initiation of Corporate Social Responsibility Reporting. *The Accounting Review* 86(1), 59–100.
- Diamond, D. and R . Verrecchia. (1991). Disclosure, Liquidity and the Cost of Equity Capital, *The Journal of Finance*, 46, 1325-1360.
- EIRIS. (2010). *Experts in Responsible Investments Solutions*. Recuperado el 12 de Marzo de 2011, de <http://www.eiris.org>
- Estrada, Javier (2001). "The Cost of Equity in Emerging Markets: A Downside Risk Approach." *Emerging Markets Quarterly*, Fall, 19-30.
- Fama, E, (1993). "Common Risk Factors in the Returns on Stocks and Bonds". *Journal of Financial Economics* 33 (1): 3–56.
- Friedman, M. (13 de Septiembre de 1970). The Social Responsibility of Business is to increase its Profits. *New York Times Magazine*, 122-126.
- Ghoul, S. E., Omrane, G., Kwok, C. C., & Dev, M. (2011). Does Corporate Social Responsibility affect? *Journal of Banking & Finance*, 35, 2388-2406
- Harvey, C. R. (1995). Asset Pricing in Emerging Markets. *The Journal of Portfolio Management*.

- Hill, R. P., Ainscough, T., Shank, T., & Daryl, M. (2007). Corporate Social Responsibility and Socially Responsible Investing: A Global Perspective. *Journal the Business Ethics*, 70(2), 165-74.
- Husted, B., & Allen, D. (2000). Is it Ethical to use Ethics as Strategy? *Journal of Business Ethics*, 27(1-2), 21-31.
- Kothari, S. P. (2001) "Capital market research in accounting", *Journal of Accounting and Economics* 31, 105-23.
- Lind, D, A; Marchal, W.G. & Wathen, S, A. (2005). *Estadística aplicada a los Negocios y a la Economía*. Mc Graw-Hill .12ª ed.
- Margolis, J, D., & James P. W.(2001) People and Profits? The Search for a Link between a Company's Social and Financial Performance. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Moreno, I. (2004). Responsabilidad social corporativa y competitividad, una visión desde la empresa. *BBVA*, 3(12), 20-25.
- Navarro, L. C. (1999). El APT: Evidencia Empírica para México. ITESM.
- Orlitzky, M., & Benjamín, J. (2001). Corporate Social Performance and Firm Risk. *A Meta Analytic Review*, 40(4), 369-396.
- Orlitzky. (2007) Doing well by doing good objective findings subjective assumptions or selective amplification. *Academy of management conference Philadelphia*.
- OCDE (2011). *Principios de la OCDE sobre Gobierno Corporativo*. <http://www.oecd.org/corporate/>
- Rodríguez, M., Cortez, K. & García, H. (2008). Costo de capital bajo riesgos asimétricos en el mercado de valores mexicano, *Economía Teoría y Práctica*, 28, 74-88.
- Richardson A.J. y Werlker M. (2001). Social Disclosure, financial disclosure and the cost of equity capital, *Organizations and Society*, 26, 597-616.
- Rodríguez, V; Ávila, M; Torres, A; (2009) "Velocidad de ajuste del precio de las acciones por sector económico en la Bolsa Mexicana de Valores", No. 228 págs. 67-81.<http://www.contaduríaadministraciónunam.mx>
- Ross, S. (1976). The Arbitrage theory of capital asset pricing. *Journal of Economic Theory*, 13(3), 341-360.
- Rubio, F. (1987). Capital Asset Pricing Model, Arbitrage Pricing Theory. Una nota técnica *International Graduate Business School* .Valparaíso
- Salazar C., (2008). Responsabilidad Social de las Empresas y Beneficios privados: El impacto de la orientación estratégica en empresas grandes ubicadas en México. *Economía, Sociedad y Territorio*, 7(27), 739-768.
- Seligman, D. (1983). Can you beat the stock market fortune.26,82-93
- Sepúlveda, s., Castro, A., Rojas, P., & Chavarría, H. (2001). Metodología para estimar el nivel de desarrollo sostenible en espacios territoriales. IICA. San José Costa Rica.
- Sharfman, M. (2008). Environmental risk management and the cost of capital. *Strategic Management Journal*, 29(6), 569-592
- Sharpe, W. F. (1964). Capital Asset Prices: Theory of market Equilibrium under Conditions of Risk. *The Journal of Finance*, 19(3), 425-44.



LA CREACIÓN DE VALOR EN LAS EMPRESAS MEDIANTE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA.

Angel Sergio Cantú Rocha
Facultad de Contaduría Pública y Administración
acantu89@hotmail.com
Mexicano

Roxana Saldívar del Ángel
Facultad de Contaduría Pública y Administración
roxanaver@hotmail.com
Mexicana

Fernando Isaías Saucedá Solís
Facultad de Contaduría Pública y Administración
fersauceda@hotmail.com
Mexicano

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 15/Mayo/2015

Resumen

Este estudio busca comprobar si existe la creación de valor en las empresas que reciben nuevas inversiones a través de Inversión Extranjera Directa (IED). Para ello se analiza el caso de la empresa FEMSA la cual capta inversión de la empresa de origen holandés Heineken.

La cuantificación de la creación de valor en la empresa captadora de IED se evalúa utilizando el EVA como unidad de valor e incorporando esta unidad a un modelo de regresión como la variable dependiente y a la IED como una de las variables independientes para determinar si hay una correlación significativa entre estas, lo cual comprobara si se crea valor a través de la IED.

Palabras clave: Correlación, Inversión Extranjera Directa, Nuevas inversiones y Valor Económico Agregado.

1.1 Antecedentes:

El estudio se presenta en la empresa pública FEMSA de origen Mexicano que ha captado nuevas inversiones (fusiones o adquisiciones) de la empresa Heineken de origen Holandés. El periodo de tiempo analizado son 8 años comprendidos de 2006 a 2014

Esta transacción se considera como IED ya que el inversionista adquiere el 10% o más las acciones con poder de voto de la empresa residente en otra economía diferente a la del inversionista y cae en la categoría de nuevas inversiones al darse la participación extranjera en el capital social de empresas mexicanas ya constituidas como lo marca la OCDE.

El acceso y fuente e información proviene de la información financiera que publican las empresas así como de las estadísticas de la secretaría de Economía sobre la IED.

La economía mexicana ha transitado por significativos cambios estructurales al menos desde finales de los ochenta. Destaca que la atracción de inversión extranjera directa (IED) ha sido funcional a la estrategia seguida y se ha convertido en uno de sus pilares macroeconómicos para solventar el déficit en cuenta corriente, en el periodo comprendido por los años de 2009 al

2012 tuvo una disminución importante en cuanto a la captación de IED debido al colapso económico global sin embargo en el 2013 alcanza su máximo histórico y en la actualidad se prevé un incremento exponencial en los próximos 5 años.

La Inversión extranjera directa tiene tres modalidades: Cuentas entre compañías, Reinversión de utilidades y Nuevas Inversiones El 49% de los flujos captados por inversión extranjera directa provienen de las nuevas inversiones y precisamente el incremento exponencial que se espera para los próximos 5 años es en esta modalidad. (Extranjera, 2014).

1.2 Descripción del problema:

Enunciado, la creación de valor en las empresas que reciben nuevas inversiones en México a través de la IED.

El objetivo principal de este estudio, es establecer si la IED captada por FEMSA genero valor para esta compañía, con la intención de tener un caso de referencia para el análisis de si las nuevas inversiones captadas a través de la IED crean valor en las empresas receptoras de esta.

1.3 Pregunta investigación,

¿Se creó valor en la empresa FEMSA a través de la nueva inversiones proveniente de la IED?

1.4 Justificación del estudio,

El motivo por el cual se realiza esta investigación radica en saber si la IED esperada tendrá efectos positivos en las empresas que captan esta hechos que son de interés para el público inversionista.

1.5 Viabilidad del estudio,

Para la realización de este estudio se cuenta con el acceso a la información pública de las empresas así como de las estadísticas de la Secretaría de Economía sobre la IED. Además, de tener acceso a diversas bases de datos que cuentan con numerosas investigaciones y artículos publicación científica requeridos para nuestra investigación.

1.6 Limitación y delimitación

Deficiencias en el conocimiento del problema, el estudio únicamente abarca el caso FEMSA dado que las nuevas inversiones captadas por empresas mexicanas que cotizan en bolsa son muy recientes por lo cual la cantidad de datos no nos permite realizar el estudio. Está delimitado a México dado que no se busco incluir empresas extranjeras que hayan captado IED por nuevas inversiones.

1.7 Aspectos éticos de la investigación

Consecuencias de la investigación, esta investigación no atenta de manera moral ni ética de ninguna forma, dado que el estudio se realiza con información pública y confiable.

2. Marco Teórico

Estrategia de búsqueda,

Para la realización de esta investigación se utilizo diversas bases de datos proporcionadas por la institución para la obtención de artículos de publicación científica y diversas fuentes aplicadas a nuestro estudio. El enfoque que se abarco en la búsqueda fue relacionado con finanzas, administración y negocios. En lo particular me ubique en estudios de IED, EVA, métodos de evaluación de fusiones y adquisiciones.

2.1 Conceptos Claves

Inversión Extranjera Directa (IED): La participación de inversionistas extranjeros, en cualquier proporción, en el capital social de sociedades mexicanas, la inversión realizada por sociedades mexicanas con mayoría de capital extranjero y la participación de inversionistas extranjeros en las actividades y actos contemplados por la Ley (Flores, 2011).

Valor Económico Agregado: Es la medición del rendimiento financiero basado en la utilidad operativa después de impuestos, la inversión requerida para generar esta utilidad y el costo de la inversión en activos (Brewer, 1999).

El Valor Económico Agregado (EVA por sus siglas en inglés) se define como las utilidades en operación menos el costo de capital empleado para generar esas utilidades. El EVA se incrementa si las utilidades en operación aumentan, siempre y cuando no se haya involucrado capital adicional. (García M. L., 2004).

Correlación: se utiliza generalmente para indicar la correspondencia o la relación recíproca que se da entre dos o más cosas, ideas, personas, entre otras. En tanto, en probabilidad y estadística, la correlación es aquello que indicará la fuerza y la dirección lineal que se establece entre dos variables aleatorias (<http://www.definicionabc.com/general/correlacion.php>).

Análisis de regresión: estudio de la dependencia de una variable (variable dependiente) en una o más variables (variables explicativas) con el objetivo de estimar y/o predecir el valor medio o promedio de la variable dependiente en base a los valores conocidos de las variables explicativas.

Variable dicotómica (Dummy): en análisis de regresión la variable dependiente es frecuentemente influenciada por variables cuantitativas si no que también son influenciadas por variables que son esencialmente cualitativas, estas variables usualmente indican presencia o ausencia de un atributo. Una manera de cuantificar estas es tomar los valores 1 o 0 indicando presencia del atributo o ausencia del atributo, estas variables que toman

valores de 1 o 0 se les llama variables dicotómicas o dummy y pueden ser incluidas como variables cuantitativas en una regresión (Gujarati, 2004).

2.2 IED Concepto y Generalidades

Los mercados financieros, como resultado de la creciente liberalización de los controles de cambios y de las condiciones de acceso a los mismos, han evolucionado para convertirse en un marco más integrado a escala mundial. Esta integración, acelerada por la cada vez mayor competencia entre los participantes del mercado, ha llevado a la introducción de nuevos instrumentos financieros con amplio acceso a los mercados y menores costes de transacción, atrayendo a inversores de muchas nacionalidades y países (economías). La expansión de los flujos financieros transfronterizos se ha visto acelerada además por las innovaciones tecnológicas en las comunicaciones y en el procesamiento de datos (OCDE, 2008).

La inversión extranjera directa (IED) es un elemento clave en esta rápida evolución de la integración económica internacional, a la que también se hace referencia bajo el término de globalización. Con un entorno político adecuado, puede servir como vehículo importante para el desarrollo de la empresa local, y ayudar también a mejorar la competitividad tanto de la economía que los recibe ("receptora") como de la que los invierte ("inversora"). En particular, la IED fomenta la transferencia de tecnología y de experiencia (o know-how)

entre economías. También ofrece a la economía receptora una oportunidad para promocionar de forma más extensa sus productos en los mercados internacionales. Además de tener un impacto positivo en el desarrollo del comercio internacional, la IED es una fuente importante de capital para numerosas economías receptoras e inversoras (OCDE, 2008).

El Benchmark Definition of Foreign Direct Investment (BDFI) 4ª Edición de 2008 de la OCDE ofrece el siguiente concepto: La inversión extranjera directa (IED) refleja el interés de largo plazo por parte de un inversionista en una empresa residente en otra economía diferente a la del inversionista. El interés de largo plazo implica la existencia de un grado significativo de influencia en el manejo de la empresa que recibe la inversión directa. Se considera IED cuando el inversionista adquiere el 10% o más las acciones con poder de voto de la empresa residente en otra economía diferente a la del inversionista (Flores, 2011).

2.3 IED en México

En el caso de México de acuerdo con el artículo 2 de la Ley de Inversión Extranjera, se considera IED: La participación de inversionistas extranjeros, en cualquier proporción, en el capital social de sociedades mexicanas, la inversión realizada por sociedades mexicanas con mayoría de capital

extranjero y la participación de inversionistas extranjeros en las actividades y actos contemplados por la Ley (Flores, 2011).

De acuerdo con el Manual de Balanza de Pagos 6ª Edición de la OCDE (BPM6) y el BDFI, la IED se compone de 3 cuentas principales:

- 1) Nuevas Inversiones: Constitución de nuevas empresas con participación extranjera en su capital social, participación extranjera en el capital social de empresas mexicanas ya constituidas (flujo positivo), aportaciones para futuros aumentos de capital de empresas con participación extranjera en su capital social (flujo positivo), aportaciones para futuros aumentos de capital de empresas con participación extranjera en su capital social (flujo positivo), registro de personas físicas y morales extranjeras que realizan actos de comercio en el país (flujo positivo), registro de Instituciones fiduciarias que participan en fideicomisos de bienes inmuebles de los que se derivan derechos en favor de inversionistas extranjeros (flujo positivo), cancelación de empresas por quiebra (flujo negativo), venta de acciones de empresas mexicanas en poder de extranjeros a mexicanos (flujo negativo), retiro de las aportaciones para futuros aumentos de capital (flujo negativo), cancelación de personas físicas y morales

extranjerías (flujo negativo), y cancelación de fideicomisos (flujo negativo).

- 2) Reinversión de utilidades: es la parte de las utilidades que las empresas generan en un periodo y que deciden reinvertir. La otra parte son los dividendos que se pagan a los inversionistas (flujo positivo), cuando una empresa operó con pérdidas en el periodo (flujo negativo) y cuando la empresa decide pagar dividendos por un monto mayor que la utilidad generada en el periodo (flujo negativo).
- 3) Cuentas entre compañías: préstamos de las matrices residentes en el exterior a sus filiales en México (flujo positivo), importaciones de activo fijo realizadas por empresas que antes de 2007 se distinguían como maquiladoras con inversión extranjera (flujo positivo), préstamos de las filiales a las matrices en el exterior (flujo negativo) y adelantos de pagos de las filiales a sus matrices (flujo negativo).

El Marco regulatorio nacional está conformado por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la ley de la inversión extranjera directa y el reglamento de la ley de inversión extranjera y del registro nacional de inversiones extranjeras.

En 2014 se espera que México haya recibido 24,488 millones de dólares por concepto de flujos de IED, de acuerdo con el promedio de la encuesta sobre expectativas de los especialistas en economía del sector privado, correspondiente al mes de mayo y publicada por el Banco de México. En la encuesta del mes anterior el promedio fue de 24,574 millones de dólares. Para 2015 las expectativas en la recepción de IED son en promedio de 28,456 millones de dólares (Extranjera, 2014).

Por país de origen, los principales proveedores de IED a México fueron Estados Unidos (47.3%), España (34%), Países Bajos (7%), Alemania (4.4%), Japón (4.3%) y 52 economías más (3.0%). La IED se canalizó principalmente al sector manufacturero manufacturera (42.7%), servicios financieros (24.5%), construcción (11.4%), información en medios masivos (10.1%), minería (7.6%), y otros sectores (3.7%). (Extranjera, 2014)

2.4 Valoración de empresas

Los aspectos que se deben considerar a la hora de valorar una empresa son múltiples, ya que el valor varía de acuerdo a las percepciones o las razones de los interesados, la información, el sector, el contexto y el método empleado, entre otros (García R. D., 2006)

Los propósitos o razones que llevan a los propietarios o administradores a valorar una empresa son muy diversos, estos se pueden clasificar en tres grupos de acuerdo con los motivos que dan origen al proceso: definir conflictos legales, aprovechar oportunidades de mercado y realizar cambios estructurales en el ámbito interno (García R. D., 2006). En el caso del estudio el motivo va relacionado a aprovechar oportunidades y en específico a identificar si la IED es un impulsor de valor.

Los métodos de valoración se pueden clasificar en seis grupos:

- 1) Balance: Valor Contable, Valor contable ajustado, Valor de Liquidación, Valor sustancial y Activo neto real.
- 2) Cuenta de resultados: Múltiplos de beneficio PER, ventas, EBITDA y otros múltiplos.
- 3) Mixtos (GOODWILL): Clásico, Unión de expertos, Contables Europeos, Renta abreviada, entre otros.
- 4) Descuento de Flujos: Free cash flow, Cash flow acciones, Dividendos, Capital cash flow y APV.
- 5) Creación de valor: EVA, Beneficio económico, Cash value added y CFROI

- 6) Opciones: Black y Scholes, Opción de invertir, Ampliar el proyecto, Ampliar la inversión y Usos alternativos.

Métodos de creación de valor: parten de la idea de que la responsabilidad principal de la dirección de una empresa es maximizar el valor de la misma, se ha hecho común que en los informes entregados a los accionistas se trate de mostrar los cambios en el valor, ocasionados por las estrategias empleadas en los respectivos períodos de análisis.

La creación de valor exige a las directivas de las empresas la identificación de sus principales fuentes de generación de valor y una adecuada gestión de las mismas. La capacidad de las empresas para identificar y gestionar adecuadamente los generadores de valor operativo y financiero determina la capacidad de generación de fondos en el futuro. (García R. D., 2006).

5 Valor Económico Agregado

Valor Económico Agregado (EVA) es la medida de desempeño financiero que se acerca más que cualquier otra para capturar el verdadero beneficio económico de una empresa. Por lo tanto, en la moderna zona de economía y finanzas, EVA tiene un papel importante que tiene menos debate entre los profesionales. Es la medida de rendimiento más directamente

vinculada a la creación de riqueza de los accionistas a través del tiempo. (Shil, 2009).

2.5.1 Orígenes e Introducción

EVA no es un descubrimiento nuevo. Una medida de la ejecución contable llamado ingreso residual se define como la utilidad de operación se resta con requerimiento de capital. EVA es, pues, una variación de la renta residual con ajustes a cómo se calcula la renta y el capital. Uno de los primeros en mencionar el concepto de ingreso residual fue Alfred Marshall en 1890. Marshall definió beneficio económico como ganancias netas totales menos los intereses sobre el capital invertido a la tasa actual. Según Dodd y Chen la idea de un ingreso residual apareció por primera vez en la literatura teoría contable a principios de este siglo por ejemplo, Iglesia en 1917 y por Scovell en 1924 y apareció en la literatura de contabilidad de gestión en la década de 1960.

En el ingreso residual de 1970 o antes, no tiene una gran publicidad y no terminó por ser la primera medida de rendimiento en una gran cantidad de empresas. Sin embargo EVA, prácticamente el mismo concepto con un nombre diferente, lo ha hecho en los últimos años. (Shil, 2009)

Desde finales de los años 80, con la publicación del libro "The quest for value", se redescubre este indicador financiero que se orienta a la medición del

"valor" creado o destruido por una empresa, unidad o departamento. El principio fundamental que introduce su metodología es que el capital aportado por los accionistas tiene un costo de oportunidad, y este costo debe ser considerado al momento de cuantificar los resultados que arroja el negocio en un período determinado (Colina, 2000).

En los 90's el EVA fue desarrollado por la empresa de consultoría Stern Steward & Co y lo tiene registrado como marca (García R. D., 2006).

2.5.2 Concepto y Elementos que forman el EVA

El Valor Económico Agregado (EVA por sus siglas en inglés) se define como las utilidades en operación menos el costo de capital empleado para generar esas utilidades. El EVA se incrementa si las utilidades en operación aumentan, siempre y cuando no se haya involucrado capital adicional.

El EVA se incrementa cuando el capital fresco se invierta en proyectos con ganancias superiores al costo total del capital o si el capital pueda ser reorientado o extraído de áreas de negocios que no proporcionan un retorno aceptable; por el contrario, disminuirá cuando la administración dirija fondos a financiar proyectos con ganancias menores al costo de capital o pase por alto el fondeo de proyectos con ganancias aparentemente mayores al mismo.

Los componentes básicos del EVA son:

1. La utilidad de la operación que se usa para el cálculo del EVA es la utilidad operativa después de impuestos (UODI), que incluye los ingresos de operación, sin intereses ganados, dividendos y otros ingresos extraordinarios; los gastos incurridos en la operación de la empresa, incluyendo depreciaciones e impuestos, sin tomar en cuenta intereses a cargo u otros gastos extraordinarios. Es importante eliminar la depreciación de la utilidad operativa (García M. L., 2004).
2. El capital invertido, son los activos fijos más el capital de trabajo operativo y otros activos; otra forma de llegar al capital invertido es mediante la deuda a corto y largo plazo con costo más el capital contable. El capital de trabajo operativo no toma en cuenta los pasivos con costos ni pasivos diferidos de impuestos a corto plazo (García M. L., 2004).
3. El costo de capital promedio ponderado (WACC), este se obtiene de dos fuentes; deuda con acreedores, sujeta a interés y el capital de los accionistas. Tanto el promedio ponderado del costo de la deuda después de impuestos como el costo del capital propio conforman el costo de capital promedio ponderado (García M. L., 2004).

Cuando se emplea el EVA se puede concluir que una compañía genera valor si produce al menos la misma rentabilidad que inversiones de similar riesgo. El EVA es el excedente generado por la compañía una vez se han atendido todos los gastos y se ha satisfecho una rentabilidad mínima exigida por los accionistas... si el EVA vale cero, los accionistas habrán conseguido la rentabilidad suficiente para compensarles el riesgo asumido, sin valor añadido (García R. D., 2006).

2.5.3 Métodos

Método Spread

El spread entre la tasa de retorno del capital y el costo de capital promedio ponderado.

Multiplicar el spread por el capital invertido.

$$\text{EVA} = (r - \text{CCPP}) \times \text{Capital Invertido}$$

Donde:

r = Tasa de rendimiento sobre el capital invertido

CCPP = Costo de capital promedio ponderado

Capital invertido = Capital invertido al inicio

La fórmula para obtener la tasa de retorno del capital invertido es:

$$r = \frac{\text{Flujo de caja disponible}}{\text{Capital invertido}}$$

Método Residual

Obtener la utilidad operativa neta después de impuestos (UODI)

Restar la UODI el cargo por el uso de capital

$$\text{EVA} = \text{UODI} - (\text{Capital Invertido} \times \text{CCPP})$$

UODI = Utilidad operativa después de impuestos

Capital Invertido = Capital invertido al inicio

CCPP = Costo de capital promedio ponderado

Para obtener el valor de una empresa mediante EVA, debemos tomar en cuenta cuatro factores que se encuentran bajo la dirección y control de la gerencia:

- 1) UODI, la utilidad operativa después de impuestos esperada por el uso de esos activos antes de costos financieros y otros conceptos que no implica movimientos de efectivo.

- 2) El beneficio fiscal de la deuda asociado con la estructura de capital objetivo.
- 3) Cantidad de capital fresco invertido para alcanzar el crecimiento en un año normal del ciclo de inversión.
- 4) La tasa de retorno después de impuestos esperada de las nuevas inversiones de capital.

Factores no controlados por la gerencia:

- 1) El costo de capital por riesgo del negocio se define como el retorno requerido por los inversionistas para compensar los riesgos de variación en los pronósticos de la utilidad operativa después de impuestos.
- 2) El período futuro, en años, al final del cual los inversionistas esperan que la gerencia tendrá oportunidades de inversión atractivas. Generalmente, el avance lo fijan por las fuerzas competitivas del mercado, del desarrollo tecnológico imprevisible y las limitaciones de tamaño (García M. L., 2004).

2.5.4 Ventajas y desventajas del EVA

Ventajas: Provee una medición para la creación de riqueza que alinea las metas de los administradores de las divisiones o plantas con las metas de la compañía, permite determinar si las inversiones de capital están generando un rendimiento mayor a su costo, identifica a los generadores de valor en la empresa, los administradores que son compensados en función del EVA toman acciones consistentes con la generación de valor y combina el desempeño operativo con el financiero en un reporte integrado que permite tomar decisiones adecuadas.

Desventajas: El EVA no es comparable cuando existen deficiencias en los tamaños de las plantas o divisiones; por ejemplo una gran planta o división puede tener un EVA alto y una pequeña planta un EVA bajo, es un cálculo que depende de los métodos de la contabilidad financiera para la realización de los ingresos y el reconocimiento de los gastos (Esto puede motivar a los administradores a manipular estos números). (García M. L., 2004). La mayor debilidad del EVA es que no refleja las posibilidades futuras de la compañía, sólo permite conocer los cambios en el valor para el período evaluado. Una empresa que ha realizado inversiones con el objetivo de aumentar sus resultados en períodos futuros puede generar EVA negativos en el período de inversión, lo cual no indica que esta empresa no creó valor, pues está mejorando sus flujos futuros (García R. D., 2006).

Método

3.1 General

Enfoque: Cuantitativo

El enfoque de la investigación es cuantitativo porque el estudio es delimitado y concreto, utiliza lógica y razonamiento deductivo, ocurre en una realidad externa a los individuos, etc.

Diseño: No experimental y Longitudinal

El diseño del estudio se clasifica como No experimental y Transversal porque la recolección de datos se realiza en un periodo conformado por diferentes años y su propósito es la descripción de las variables y analizar su incidencia e interrelación de las mismas.

3.2 Hipótesis de Investigación

H01: La IED a través de las nuevas inversiones no crea valor en la empresa que capta esta.

H1: La IED a través de las nuevas inversiones crean valor en la empresa que capta esta.

Variable Independiente: La IED a través de las nuevas inversiones

Variables Dependientes: Aumento de valor en la empresa captadora de IED

Unidad de análisis: para efectos de este proyecto se analizara el caso de la empresa FEMSA en el periodo de Enero 2006 a Septiembre 2014 que recibió IED por parte de la compañía extranjera Heineken en Abril 2010. La información analizada será de manera trimestral formando series de 35 datos.

3.3 Procedimiento

Para comprobar nuestra hipótesis se elaboro un modelo de creación de valor en la empresa captadora de IED, este modelo consiste en una regresión múltiple donde se ha tomado el EVA como la variable dependiente ya que la considere como la unidad de valor más apropiada debido es la medida de desempeño financiero que se acerca más que cualquier otra para capturar el verdadero beneficio económico de una empresa (Shil, 2009), las variables independientes explicativas son el logaritmo natural de los activos, la razón de pasivo entre capital contable y la IED como una variable dicotómica.

La variable independiente EVA se determinó aplicando el método de residual: $EVA = UODI - (\text{Capital Invertido} \times CCP)$, donde el UODI y el Capital Invertido se tomo de los reportes trimestrales públicos de FEMSA (<http://ir.femsa.com/mx/reports.cfm>) y el CCP se calculo utilizando el modelo de CAPM.

La variable de IED expresada en 0 para el periodo de Enero 2006 a Diciembre 2008 ya que estoy asumiendo este como el periodo anterior a la IED y en 1 para el periodo de Enero 2009 a Septiembre 2014 que considero como periodo posterior a la IED. El cierre de la transacción estratégica entre FEMSA y Heineken se dio 30 de Abril de 2010 sin embargo este tipo de operaciones toman mucho tiempo en planearse y en llevarse a cabo por lo cual estoy considerando que a partir de Enero 2009 está presente IED asumiendo que estaba en proceso la transacción. Aunque no hay una fuente que nos diga exactamente cuando se inicio el proceso para que se pudiera dar la IED si se sabe que el grupo FEMSA venia analizando opciones desde el 2008 (<http://www.cnnexpansion.com/expansion/2010/01/27/mi-nuevo-femsa>).

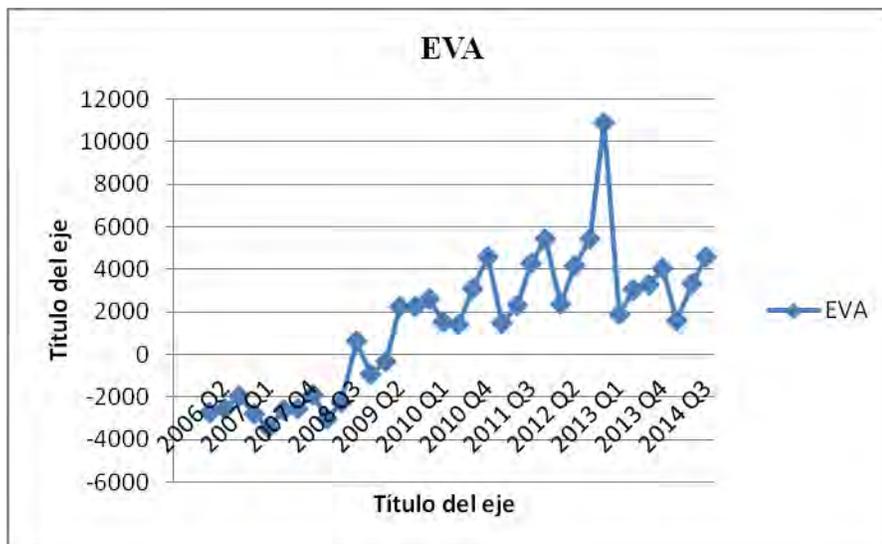
Como la variable de IED es una variable dicotómica, es posible que otro evento diferente coincida con los mismos periodos que la IED o aunque no coincida tenga tal relevancia que él no tomarlo en cuenta esta variable sesgue el análisis. Para descartar este punto revise comunicados, noticias, así como las notas de los reportes trimestrales, como resultado encuentro que el evento de relevancia que pudiera sesgar el análisis es la crisis subprime que inicio en junio 2007 y se concluye en junio 2008, por lo cual como parte de la comprobación de la hipótesis se volvió a correr la regresión agregando la variable de la crisis.

Es importante mencionar que como esta empresa cotiza en bolsa y los datos utilizados provienen de la BMV en el análisis se contemplan los cambios en la normatividad contable NIIF.

Resultados

Como contexto de los resultados de la regresión a continuación se muestra la grafica con los valores del EVA del periodo analizado:

Grafica 1



Fuente propia elaborada con los datos obtenidos de la BMV

Del primer modelo de regresión donde el EVA es la variable dependiente y las variables independientes explicativas son el logaritmo natural de los activos, la razón de deuda entre capital contable y la presencia o ausencia de IED se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 1

Estadísticas de la regresión

Coeficiente de correlación múltiple	0.881830192
Coeficiente de determinación R ²	0.777624488
R ² ajustado	0.756104277
Error típico	1592.543428
Observaciones	35

Fuente propia elaborada con los datos obtenidos de la BMV

Tabla 2

ANÁLISIS DE VARIANZA

	<i>Grados de libertad</i>	<i>de Suma de cuadrados</i>	<i>de Promedio de cuadrados</i>	<i>de los F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	3	274933226.4	91644408.79	36.13461281	3.06802E
Residuos	31	78622031.65	2536194.569		
Total	34	353555258			

Fuente propia elaborada con los datos obtenidos de la BMV

Tabla 3

Estadísticas de Variables

<i>Variables</i>	<i>Coeficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>
Intercepción	-	-	-	-	-
LN Activos	31158.76768	18466.11368	1.687348417	0.101575001	68820.65468
P/CC	2767.776839	1509.899757	1.833086485	0.076409025	311.6840068
IED	-	-	-	-	-
	4599.552267	1581.549506	2.908256903	0.006663553	7825.143738
	2737.225478	974.1810771	2.809770732	0.008510754	750.3700799

Por lo cual interpretamos que el modelo regresión explica en un 75.6% la variabilidad en la unidad de valor EVA (variable dependiente) en base a la R^2 , donde la variable IED es representativa con una P menor a .05 y un coeficiente que nos dice que al haber presencia de IED el EVA es afectado positivamente. En el segundo modelo de regresión se incluye la variable dicotómica de la crisis (para descartar que haya un sesgo en el modelo anteriormente presentado) nos arroja los siguientes resultados:

Tabla 4

Estadísticas de la regresión

Coefficiente de correlación múltiple	0.882083049
Coefficiente de determinación R ²	0.778070506
R ² ajustado	0.748479906
Error típico	1617.243949
Observaciones	35

Fuente propia elaborada con los datos obtenidos de la BMV

Tabla 5

ANÁLISIS DE VARIANZA

	<i>Grados de libertad</i>	<i>de Suma de cuadrados</i>	<i>de Promedio de cuadrados</i>	<i>de los F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regression	4	275090918.3	68772729.58	26.29451667	1.97714E-09
Residual	30	78464339.68	2615477.989		
Total	34	353555258			

Fuente propia elaborada con los datos obtenidos de la BMV

Tabla 6

Estadísticas de Variables

<i>Variables</i>	<i>Coeficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>
	-				
Intercepción	31623.5749	18847.826	-1.6778368	0.103768787	-70115.97
LN Activos	2819.57024	1547.7591	1.82171124	0.078483747	-341.37563
	-				
P/CC	4660.79119	1625.3284	-2.8675997	0.007497871	-7980.1545
IED	2593.58522	1149.3072	2.25665096	0.031473072	246.386768
	-				
Crisis	239.114413	973.81508	-0.245544	0.80770734	-2227.9101

Fuente propia elaborada con los datos obtenidos de la BMV

De la cual interpretamos que no existe sesgo en el primer modelo presentado dado que la variable de crisis no es significativa dado que tiene una P mayor a 0.05 y la variable de IED sigue siendo significativa y con correlación positiva, por lo cual el modelo valido es el primero que se presento.

Conclusiones y Recomendaciones

Se acepta la hipótesis H1: La IED a través de las nuevas inversiones crea valor en la empresa que capta esta, dado que se encontró una correlación significativa con la variable dicotómica de IED.

Recomendaciones, como se menciona en la introducción de este trabajo el 49% de los flujos captados por IED provienen de nuevas inversiones sin embargo por cuestiones de períodos de tiempos o de que las empresas que recibieron estas no se encuentran en BMV no fue posible incluir algún otra empresa Mexicana que recibiera IED en el estudio por lo cual el estudio se fundamento en el caso de FEMSA, sin embargo se recomienda ampliar el estudio para ver los efectos en empresas internacionales que reciban flujos de países distintos a su origen. Los resultados obtenidos se pueden replicar en empresas bajo las mismas condiciones de la analizada en el estudio.

Otra limitación es que no se cuenta con parámetros que nos digan cómo se diversificó la IED en la firma, para poder medir el impacto de esas operaciones sobre EVA.

Bibliografía

- Brewer, P. C. (1999). Economic Value Added (EVA): It Uses and limitations. *SAM Advanced Management Journal* , 8.
- Colina, M. A. (2000). EVA y CVA como medidas de la creación de valor de un negocio. *Tendencias* , 22.
- Corsetti, G. (2001, April). Correlation Analysis of Financial Contagion: What one should know before running a test. YALE UNIVERSITY.
- Extranjera, D. G. (2014, Junio 06). INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA CARPETA DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA. México.
- Fernandez, P. (2008, Noviembre). Metodos de Valoración de Empresas. Barcelona, España.
- Fernandez, P. (2008, Agosto). Valoración de opciones reales: dificultades, problemas y errores. Barcelona, España.
- Flores, E. P. (2011, Septiembre). Inversión Extranjera Directa en México. Secretaría de Economía.
- García, M. L. (2004). La valuación de las empresas en México Aplicación del modelo de Valor Economico Agregado. *Revista de Contaduría y Administración* , 23.
- García, R. D. (2006). LAS RAZONES PARA VALORAR UNA EMPRESA Y LOS MÉTODOS EMPLEADOS. *Semestre Económico* , 26.
- Gujarati, D. (2004). *Basic Econometrics*. The MC-Graw-Hill.
- <http://www.definicionabc.com/general/correlacion.php>. (n.d.). Retrieved Diciembre 12, 2014
- OCDE. (2008). OCDE Definición Marco de Inversión Extranjera Directa.
- Shil, N. C. (2009). Performance Measures An Application of Economic Value Added. *International Journal of Business and Management* , 9.
- Walti, S. (2006, June). Testing for financial contagion: comparing limited and full-information methods. Ireland.



DETERMINANTES DEL COSTEO BASADO EN ACTIVIDADES HACIA LA SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL.

Autores:

Vicente Esteban Martínez Pérez

*Facultad De Contaduría Pública Y Administración Universidad Autónoma De Nuevo León
Paseo De San Marino 3818 Col. Las Torres Monterrey, N.L. México*

vicenteemt@gmail.com

Mexicano

Contaduría Y Finanzas, Contabilidad Administrativa

Alfonso Hernández Campos

*Facultad De Contaduría Pública Y Administración Universidad Autónoma De Nuevo León
Mariano Jimenez 303 Poniente, Centro De Guadalupe, N.L.*

alfonsoh91@hotmail.com

Mexicano

Contaduría Y Finanzas, Contabilidad Administrativa

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 18/Mayo/2015

Resumen.

Existen empresas que en época de crisis, establecen recortes de personal en busca de reducir costos ya que sus márgenes de contribución han disminuido, el problema es que esto no es algo que sea planeado, estructurado y mucho menos que genere una condición ideal entre los empleados. En otras ocasiones simplemente implementan herramientas que mitigan un poco la crisis o la oportunidad de mejora, pero se vuelven herramientas o técnicas pasajeras o de moda.

En tiempos recientes, administrar considerando la sustentabilidad empresarial es vital para la permanencia y crecimiento de las empresas, poder ser rentable pero además encontrar la armonía entre todos los actores que integran una entidad empresarial como socios, directivos, empleados, clientes, proveedores, vecinos y en general todo el entorno directo e indirecto en donde influyen genera responsabilidades y tareas que realizar.

Por otra parte encontramos empresas que carecen de una estructura contable suficiente o bien no existe una cultura de uso de la información financiera y contable de costos, y ante esto la única información que se genera es la que por obligación fiscal se requiere. Dejando desatendido la búsqueda de herramientas o sistemas que ayuden a mejorar la rentabilidad de la empresa, asegurándose que en el mediano y largo plazo sea sostenible para la organización; en este documento nos referimos a la utilización del sistema de costeo ABC, (Activity Based Costing), que por diversas razones, ya sea técnicas o desconocimiento no se ha logrado su aplicación, (Kiani & Sangeladji, 2003).

En este artículo pretendemos identificar aquellos factores que por su importancia y trascendencia resultan críticos para la utilización del sistema de costeo basado en actividades y que por ende soportan la sustentabilidad empresarial; factores que bajo este estudio reconocemos como determinantes en la búsqueda de la optimización de los recursos dentro de las organizaciones y que por consiguiente representan la base sobre la cual se toma la decisión de su adopción, seguimiento y consolidación dentro de la empresa. El trabajo se divide en tres partes, en primer lugar se presentan los antecedentes de CBA, así como una introducción al sustentabilidad empresarial, en segundo lugar se identifican los aspectos que frenan o impiden la adopción de CBA, repasamos los estudios e investigaciones hechas por Kiani y Sangeladji, (2003); por último mencionamos los factores determinantes del CBA, Innes y Mitchell (1995) y Innes et. al (2003), concluyendo en que la reducción de costos, así como la determinación de la estructura de costos han sido los factores determinantes en la implementación de un sistema CBA.

Palabras clave

Aplicabilidad, Costeo Basado en Actividades (ABC), Desempeño Financiero, Rentabilidad, Sustentabilidad Empresarial.

Introducción

El objetivo que perseguimos en este artículo es identificar los factores determinantes y los problemas de la implementación de un Costeo Basado en Actividades (CBA) y para ello planteamos como hipótesis del estudio que: “La reducción de costos, la fijación de precios, la definición de la composición de costos y la medición del desempeño de las áreas de la empresa son los factores determinantes en la consideración de la implementación de un CBA. Mientras que la falta de recursos y falta del apoyo de la administración provocan el abandono de este sistema de información”.

El estudio pretende servir de base para futuras investigaciones, donde podamos relacionar los objetivos de la sustentabilidad empresarial con las diferentes herramientas de gestión administrativas, ya que en principio todas estas iniciativas buscan incrementar la rentabilidad de las organizaciones y por ende hacerlas sustentables desde el punto de vista económico; por lo tanto pudiéramos inferir que aunque buscan un mismo fin, pudieran no estar alineadas con las circunstancias que rodean a las organizaciones y por ende convertirse en herramientas no recomendables.

En este trabajo sólo vamos a dar pie a dicha correlación, señalaremos algunas coincidencias y dejaremos para futuras investigaciones la alineación de los objetivos en común.

Antecedentes del CBA y Sustentabilidad

El costeo por actividades aparece a mediados de la década de los 80, sus promotores, Cooper y Kaplan (1988) publicaron cómo mostrar el costo de los productos señalando que primero se debe comprender el costo de las actividades necesarias para fabricarlo y venderlo y el costo de las materias primas.

El CBA según Barfield, Raibornm y Kinneym (2004) es un procedimiento que busca la correcta aplicación de los gastos indirectos de fabricación y de los gastos administrativos con un producto, servicio o actividad específicos, mediante una adecuada identificación de aquellas actividades o procesos de apoyo, la utilización de bases de asignación y su medición razonable en cada uno de los objetos o unidades de costeo.

El primer desarrollo del CBA, comienza a principio del 60 en la General Electric, (Anderson, 1995) donde la gente de finanzas y control de gestión buscaban mejor información para controlar los costos indirectos; los contadores de General Electric hace más de 30 años, pueden haber sido los primeros en utilizar la palabra actividad para describir una tarea que genera costos.

Otro estudio (Bjornenak y Mitchell, 1999) sobre el tema, identifica cuatro momentos básicos. Un primer momento, se relaciona con los trabajos de Alexander Hamilton Church, en las primeras décadas del siglo XX; este autor hacia énfasis en el estudio de las causas generadoras de los costos indirectos, sin embargo su propuesta planteaba recopilar y almacenar una cantidad enorme de datos que requería un análisis complejo e intensivo de los mismos, algo que con la técnica entonces vigente no era posible, por lo que se presenta la dificultad de que la determinación y análisis de costos había que hacerla manualmente, lo que implicaba mayores costos; siendo ésta la causa por la cual el modelo de Church no fue totalmente aceptado en su tiempo.

Por otro lado, la sustentabilidad es un término que desde finales de los años 80's y principios de los 90's viene siendo estudiado, a la fecha cada vez más organizaciones están conscientes de la importancia de considerar el entorno social, económico y ecológico cómo parte de su quehacer diario y en consecuencia la necesidad de generar iniciativas que ayuden a amalgamar los objetivos de negocio como rentabilidad con los modelos de industria o empresa sustentable.

La sustentabilidad, es un término que ha sido adoptado por el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), como el principal objetivo político para el desarrollo futuro de la humanidad, también tiene un objetivo esencial en el desarrollo de productos (Klopffer, 2003). En la conferencia de Rio de Janeiro, en 1992, se estableció que el desarrollo sustentable es la tarea más importante del siglo 21. En la Agenda 21 varias áreas políticas e industriales se analizaron con respecto al desarrollo sustentable: desarrollo que satisface las necesidades del presente sin sacrificar la habilidad de las futuras generaciones para satisfacer sus necesidades (WCED 1987). De aquí se definieron los tres pilares del desarrollo sustentable: crecimiento económico, equilibrio ecológico y progreso social (WBCSD, 2003).

En el año 2002, los líderes de varios gobiernos del mundo y representantes de la industria y la sociedad civil se reunieron en el encuentro mundial para el Desarrollo Sustentable en Johannesburgo. En esta reunión los participantes analizaron las fallas y los éxitos de los últimos treinta años, anticipando los compromisos y los obstáculos que tendrá la humanidad en relación a los desafíos del Desarrollo Sustentable. Entre los elementos principales del plan hay un llamado

para: “mejorar los productos y servicios a la vez que se reducen los impactos en salud y medio ambiente, usando donde sea apropiado, modelos científicos como el análisis de ciclo de vida (ACV)”.

Por otro lado la sustentabilidad empresarial, que se refleja en el nivel de la competitividad empresarial, depende del equilibrio de los tres pilares del desarrollo sustentable: manejo adecuado de recursos, manejo social de los empleados y la comunidad, y el desarrollo económico de la empresa. El exitoso manejo de estas tres variables se logrará a través de un proceso de mejoramiento continuo buscando garantizar un mejor valor agregado para las partes interesadas presentes y futuras.

Hay diferentes esquemas para apoyar a las empresas en su camino hacia la sustentabilidad, estos esquemas los podemos definir por su urgencia, ya sea en lo que vemos ahora como sustentabilidad, por ejemplo la contaminación y la innovación de productos y servicios, de tal forma que sean armónicos con la sociedad; por otro lado podemos visualizar el mañana a través de tecnologías limpias y visión de sustentabilidad a largo plazo. Otros enfoques de sustentabilidad empresarial indican que los nuevos modelos de mercado requieren reflejar el valor de los recursos naturales, de los nuevos consumidores responsables y que existe diálogo y hay una asociación y participación con las partes interesadas (Holliday, 2002). Existen diferentes conceptos, estrategias, sistemas y herramientas que tienen como fin la sustentabilidad empresarial, cuya base para identificar las direcciones para el mejoramiento es el diagnóstico del perfil ambiental de la empresa, sus productos y/o procesos.

El concepto de metabolismo industrial, que promueve el flujo de materiales a través de los sistemas industriales para su transformación y posterior disposición como residuos también contribuyó al enriquecimiento del concepto de Ecología Industrial. Sin embargo, aún no se lograba abarcar los tres sectores esenciales para la sustentabilidad: Ambiente, Economía y Sociedad.

De la década de los 90's hasta nuestros días, el concepto de ecología industrial se ha consolidado incluyendo los tres sectores del desarrollo sustentable. Es por ello, que la ecología industrial es la puerta hacia una nueva forma de pensar y actuar que conduce hasta la meta del desarrollo sustentable (Ehrenfeld, 1997).

En el presente artículo desarrollaremos los determinantes para la aplicación del sistema CBA, como una introducción a generar ideas e investigaciones que nos ayuden a buscar la forma que se alinea esta herramienta con la sustentabilidad económica.

Factores que provocan el abandono del CBA

Mientras que en la teoría, el CBA resulta una excelente oportunidad para que la aplicación sea un éxito, ya que las bondades de su uso quedan de manifiesto, y en la promesa de auxiliar a la gerencia a tomar las mejores decisiones posibles, así como la oportunidad de disminuir actividades que no generan valor para el cliente y que consumen recursos, dando por resultado una eficiencia operacional sobresaliente.

Existen estudios como el de Kiani y Sangeladji, (2003) que determinan mediante una investigación a las empresas más grandes según el ranking de la revista Fortune factores que influyen en la no utilización del CBA y por otra parte encuentran diez dificultades en la aplicación del CBA.

Factores que influyen en la no utilización según Kiani y Sangeladji (2003)	Dificultades de Aplicación según Kiani y Sangeladji (2003)
1. No existe apoyo de la alta administración o gerencia.	1. No existe apoyo de la alta administración o gerencia.
2. No se da una adecuada cooperación entre los departamentos por sus funciones cruzadas.	2. La gente se resiste al cambio.
3. El sistema de información contable no soporta el uso del Costeo Basado en Actividades.	3. Falta de personal capacitado para su implementación.
4. No existen recursos para su implementación.	4. Complejidad en el diseño del proceso.
5. Existe una falta de familiarización con el uso del Costeo Basado en Actividades.	5. Toma mucho tiempo implementar este sistema.
6. La gente se resiste al cambio.	6. Complejidad para desarrollar un adecuado diseño de información en la

7. La percepción es que el Costeo Basado en Actividades es una moda pasajera.	planta de producción.
8. El uso del Costeo Basado en Actividades no es relevante para el propósito del negocio.	7. Complejidad en el diseño del producto.
	8. Falta de una adecuada cooperación de los proveedores.
	9. El uso del Costeo Basado en Actividades no es relevante para el propósito del negocio.
	10. El rendimiento sobre las ventas no es el adecuado.

A partir de los diferentes estudios realizados se ha podido observar que la medida sobre la cual se basa el sistema de CBA es en alguna veces muy tangible y algunas otras más bien queda en la ambigüedad, a continuación una recopilación de las medidas más utilizadas.

Factores determinantes del CBA

Por otro lado señalamos los distintos propósitos que las empresas han mostrado tener con el fin de adoptar el sistema de costos basado en actividades, nuevamente en la tabla 1 sin duda nos permite identificar las medidas que provocan la implantación del CBA, y como con esto nos arroja información para tomar decisiones.

Tabla 1. Factores de éxito del Modelo CBA

PROPÓSITOS QUE HAN MOTIVADO LA ADOPCIÓN DEL MODELO DE COSTOS ABC		
Propósito	Empresas que han adoptado el modelo ABC	Tasa de éxito percibido. Promedio

	% 1999	% 1994	1999	1994
Reducción de Costos	90.3%	89.2%	4.0%	3.8%
Fijación de Precios	80.6%	68.9%	4.1%	3.8%
Medida y Mejora de la Actuación	74.2%	60.8%	3.9%	3.7%
Definición y Composición de los Costos	64.5%	62.2%	4.0%	3.7%
Presupuestación	54.8%	56.8%	3.9%	3.7%
Análisis de la Rentabilidad de los clientes	51.6%	47.3%	4.2%	3.7%
Mezcla de Productos	51.6%	47.3%	4.2%	3.7%
Diseño de Nuevos Productos y Servicios	41.9%	35.1%	3.8%	3.8%
Valor de las Existencias	16.1%	24.2%	4.6%	3.6%
Otras Aplicaciones	16.1%	9.5%	N/C	N/C
Éxito Global			3.9%	3.8%

Fuente: Adaptado de J. Innes y F. Mitchell (1995: 145) y J.Innes et al (2000)3

Como se puede comprobar, y pese a que en un primer análisis de los datos obtenidos se pone de manifiesto que no se ha incrementado ni el interés ni el uso del modelo, la percepción global de la capacidad del mismo para responder a propósitos como los que se muestran, ha mejorado sensiblemente. Los aspectos donde el incremento del beneficio individual percibido es superior, es en las decisiones que afectan a la mezcla de productos o servicios, entre las cuales se incluyen decisiones del tipo “*comprar o fabricar, la sustitución de productos o la fabricación total o parcial, entre otras*”. Un análisis paralelo de los factores que influyen en mayor medida este éxito, pone de manifiesto que tanto en el año 1994 como en el año 1999, el apoyo de la dirección es el elemento considerado más decisivo o determinante por las empresas británicas sondeadas.

En la misma línea, el estudio de Foster y Swenson, (1997) mide el éxito del modelo de CBA en base a tres categorías de cuestiones relacionadas con su uso en la toma de decisiones:

1. Uso en la toma de decisiones.

Las situaciones donde la información que ofrece el modelo resulta más útil son las siguientes: Para identificar las oportunidades de mejora

- Para decisiones relativas a la fabricación de productos
- Para conducir procesos de mejora

2. Frecuencia de uso por parte de las áreas funcionales de la empresa.

Las áreas de contabilidad y finanzas son las que más frecuentemente utilizan la información que ofrece el sistema, seguidas del área de producción y comercialización del producto.

3. Frecuencia de uso por parte de la jerarquía de grupos de gerenciales de la empresa.

De los cinco grupos definidos, el orden por frecuencia de uso es la siguiente:

- Gerencia operativa,
- Gerencias de apoyo o staff,
- Alta gerencia,
- Supervisores y
- Jefes de línea de producción.

En otro estudio de Krumwiede, (1998) del mismo periodo, el autor identifica la utilidad de la información de costos que proporciona el sistema, como uno de los factores más relevantes en todas las fases del proceso.

Así pues, ya sea como variable dependiente o independiente, son diversos los estudios que asocian el uso de la información para la toma de decisiones con el éxito del modelo de costos ABC, aunque no queda claro si este es un factor relacionado con el éxito del modelo *per se* o bien es una medida del mismo (Fitó Bertrán, 2006).

Una de las medidas que con mayor frecuencia se menciona y que a la vez resulta ser la más tangible, tiene que ver con los beneficios que teóricamente se han otorgado al modelo, nos referimos a la capacidad de mejorar los resultados financieros de la empresa que aplica y utiliza el sistema de costeo basado en actividades.

Para determinar el alcance y el impacto financiero de este sistema en la empresa, debemos de considerar diversos indicadores que pueden ser utilizados, entre otros, podemos mencionar los siguientes: Reducción de costos, Incremento de Utilidad Operativa, Crecimiento de las razones financieras, Mejora en el Valor de Mercado, entre otros.

Foster y Swenson, (1997) analizan mediante una encuesta el poder de las medidas financieras como variables evaluadoras del modelo. A través del concepto *Dollar Improvement*, los autores incluyen todas aquellas mejoras de tipo económico, como la mejora de ingresos o la reducción de costos, que comparativamente permitan determinar la mejora financiera obtenida con la implantación del modelo. Los resultados del sondeo donde se pedía la puntuación de (1) Ninguna mejora financiera a (5) Mejora financiera significativa, muestran de manera evidente que las áreas donde la percepción de mejora financiera es más evidente son las relativas a la rentabilidad de productos/servicios, producción y estructura.

Además el estudio también pone de manifiesto que la correlación de esta variable con el resto de las medidas analizadas (uso en la toma de decisiones, cambio en las acciones realizadas y medidas genéricas de evaluación de la actuación), no es suficientemente consistente para demostrar que unilateralmente las cuatro variables puedan ser igualmente determinantes del éxito del modelo.

Así un uso más extensivo del modelo sólo mejora el beneficio operativo de las unidades de negocio que aprovechan el mismo para mejorar sus condiciones técnicas y operativas.

Una aportación más reciente, que combina las consecuencias de la implantación del sistema con las teorías más recientes sobre la creación de valor, es la que proponen Kennedy y Affleck-Graves, (2001) los cuales establecen una relación directa entre el sistema de gestión escogido por una empresa, en este caso el modelo de costos ABC, y su valor de mercado. Los autores demuestran que, tal y como previeron Cooper y Kaplan (1991) diez años antes al afirmar que *“el éxito del ABC debería de ser el incrementar los beneficios y no por sólo obtener información de costos más detallados”*.

Fitó Bertrán, (2006) explica el porqué tampoco *“las medidas financieras, como el incremento del beneficio, la reducción de costos, o la mejora del valor de mercado de la empresa, parecen ser las más adecuadas para juzgar el triunfo global del modelo ya sea por su escasa validez temporal, como por la imposibilidad de aislar de las mismas la influencia de otros aspectos circunstanciales”*.

A lo que se hace referencia es que un resultado positivo, llámese reducción de costos o incremento de ingresos, no necesariamente constituye un pilar estratégico en la consecución o cumplimiento de las metas establecidas por la alta dirección de la empresa, o que por un lado el resultado en ocasiones es el fin sin embargo el sistema ABC, debería de estar alineado al cómo, a la manera, a la forma, y en consecuencia debería estar integrado a la planeación de corto, mediano y largo plazo que desde el punto de vista estratégico la empresa requiere.

Por otro lado Gosselin, (1997) en su estudio analiza el proceso de adopción de un sistema de gestión de las actividades de forma segmentada, analiza el papel que juega la estrategia en la difusión de un proceso de innovación. En este sentido el autor pretende demostrar que la necesidad de introducir una innovación considerada como estratégica, depende del perfil estratégico adoptado por la unidad de negocio correspondiente. En su estudio se demuestra que tanto la estrategia como la estructura organizativa influyen en la decisión de adoptar.

En otros estudios como el Shields (1995) el fundamento estratégico del modelo es considerado como un factor asociado al éxito de su implantación y no como una medida del mismo, y en este sentido destaca que el enlace del modelo con el posicionamiento estratégico, la evaluación de la actuación y los sistemas de compensación son considerados aspectos relevantes para motivar y recompensar los esfuerzos de los trabajadores y para vincular la utilización de la información que ofrece el sistema con la mejora de la posición competitiva de la empresa.

De esta forma encontramos que además de las diversas unidades de medida, como la reducción de costos, incremento de la calidad, mejor mezcla de productos, reducción de tiempo de fabricación, aumento en los ingresos, mayor utilidad de operación, incremento o mejora en el indicador del ROI, incremento en el EVA, se añade el grado en el que se utiliza el sistema ABC para la fijación de objetivos estratégicos.

Metodología de análisis

Con el propósito de establecer con precisión y rigor metodológico científico, hemos diseñado un instrumento de medición que permita establecer lo que buscamos medir.

Para el desarrollo de nuestro instrumento de medición utilizamos como estrategia de construcción la escala de Thurstone, en donde como se señala en Levy Mangain, Varela Mallon (2008), antes de aplicar el presente instrumento fue preciso escalar y validar cada uno de los items que lo integran.

Además de validar cada item, fue preciso establecer con precisión el objetivo de este instrumento, siendo este, el obtener información de primera mano a través de las personas involucradas en el establecimiento, puesta en marcha o evaluación del sistema de costeo basado en actividades. Información que permita establecer en primer lugar el grado utilización del sistema, así como establecer su alcance en función a la aplicabilidad del mismo, considerando distintos factores que influyen en la aplicabilidad, y por último el impacto de la utilización del sistema en el desempeño financiero de la empresa.

Pasos metodológicos

1. Encontrar determinantes del uso del sistema ABC mediante un listado de propósitos recurrentes, que hemos encontrado en diferentes investigaciones, en particular en el trabajo de Innes y Mitchell (1997), Innes, Mitchell, y Sinclair, (2000).

Factores determinantes de su implementación
Reducción de costos
Fijar precios
Mejorar actuación
Definir composición de costos
Presupostar
Rentabilidad de clientes
Definir mezcla de productos
Diseñar nuevos productos y servicios
Valuar inventarios

2. Encontrar determinantes del abandono del sistema ABC mediante un listado de propósitos recurrentes, que hemos encontrado en diferentes investigaciones, en particular en el trabajo de Kiani y Sangeladji, (2003).

Factores determinantes de su implementación
Falta de apoyo de la administración
Resistencia al cambio
Falta de personal capacitado
Complejidad en el diseño del proceso
Tiempo en la implementación
Complejidad en el diseño de información en la planta
Complejidad en el diseño del producto
Falta de una adecuada cooperación de los proveedores.
Su uso no es relevante para el propósito del negocio
Rendimiento sobre las ventas no es el adecuado.

3. Determinación de escala de medición. Posteriormente utilizamos una escala del 0 al 10, donde el 10 representa el principal factor que se tuvo para la implementación del sistema y 0 implica que no existe relevancia del factor en la implementación del costeo ABC. Por otro lado para los factores de abandono se utiliza la misma escala de medición en donde el 10 representa el principal factor de abandono y 0 el factor menos importante del abandono.

4. Se diseña un cuestionario y se sube a la plataforma Survey Results.

Una vez hecho lo anterior y dando seguimiento a que las empresas a las que se les invitó a participar lo hagan, validamos el instrumento de medición a través de la prueba del análisis de consistencia interna mediante Alfa de Cronbach, dentro de la teoría clásica de los test. Ledesma, Molina y Valero (2002), mencionan que el método de consistencia

interna es el camino más habitual para estimar la fiabilidad de pruebas, escalas o test, cuando se usan conjuntos de ítems o reactivos que se espera midan el mismo atributo o campo de contenido.

En nuestro estudio aplicamos el instrumento de medición a las empresas afiliadas a la CANACERO⁴, estas empresas corresponden según la clasificación que elabora el INEGI⁵, al sector de industrias manufactureras, dentro del subsector de industrias metálicas básicas, del subsector de fabricación de productos de hierro y acero, en la Tabla 13 señalamos el número de empresas que corresponden al sector y subsector de estudio, además del padrón de empresas afiliadas a la CANACERO, que en este caso son 72 empresas y para nuestro estudio recibimos el apoyo de 50 empresas que nos ayudaron contestando el cuestionario.

La principal ventaja de ese método es que requiere solo una administración de la prueba; además, los principales coeficientes de estimación basados en este enfoque son sencillos de computar y están disponibles como opción de análisis en los programas estadísticos más conocidos, como SPSS, Statistica o SAS.

Alfa estima el límite inferior del coeficiente de fiabilidad y se expresa como:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_{sum}^2} \right)$$

⁴ Cámara Nacional del Acero México (CANACERO)

⁵ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)

Donde k es el número de ítems de la prueba, S_i^2 es la varianza de los ítems (desde 1...i) y S_{sum}^2 es la varianza de la prueba total. El coeficiente mide la fiabilidad del test en función de dos términos: el número de ítems (o longitud de la prueba) y la proporción de varianza total de la prueba debida a la covarianza entre sus partes (ítems). Ello significa que la fiabilidad depende de la longitud de la prueba y de la covarianza entre sus ítems.

Si su valor es cercano a la unidad se trata de un instrumento fiable que hace mediciones estables y consistentes; si su valor está por debajo de 0.8 el instrumento presenta una variabilidad heterogénea en sus ítems y por lo tanto no generara conclusiones confiables (Ledesma, Molina y Valero, 2002).

Nuestro instrumento fue sometido a esta prueba a través del programa estadístico SPSS, evaluamos todos los ítems realizando dos pruebas, en la primera de ellas incluimos todos los ítems que tuvieran una medida nominal, los resultados fueron los siguientes.

Tabla 2

Resumen del procesamiento de los casos

Alfa de Cronbach (nominal)

		N	%
Casos	Válidos	27	54,0
	Excluidos ^a	23	46,0
	Total	50	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 3

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach (nominal)

Alfa de Cronbach	N de elementos
,929	35

Este resultado demuestra que nuestro instrumento de medición es confiable bajo la óptica de la prueba del índice de consistencia interna de Alfa de Cronbach ya que al procesar 35 de los ítems del instrumento el valor del estadístico está muy cercano a la unidad 0.929, estos 35 ítems corresponden a los ítems que tienen una medida nominal.

También analizamos 34 ítems más, que corresponden a ítems que su medida es de las llamadas de escala, los resultados fueron satisfactorios ya que nos arrojó un índice de consistencia interna de 0.801, siendo aceptable la confianza que podemos tener en estos ítems.

Tabla 4

Resumen del procesamiento de los casos

Alfa de Cronbach (escala)

Casos	Válidos	N	%
		27	54,0

Excluidos ^a	23	46,0
Total	50	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach (escala)

Alfa de Cronbach	N de elementos
,801	34

Por lo anterior concluimos que el instrumento de medición diseñado para nuestro propósito cumple con el nivel de confianza que se requiere para que los resultados obtenidos a partir de su aplicación se consideren significativos.

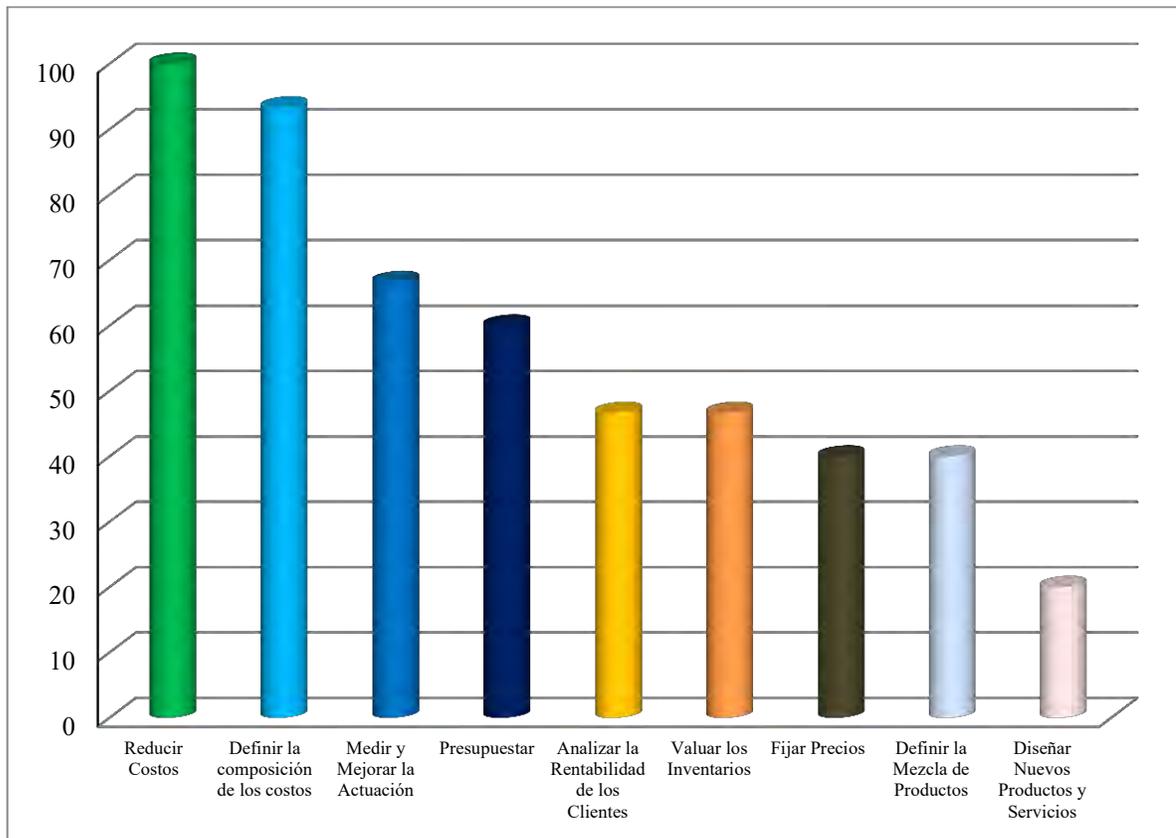
Resultados

Se solicitó que se señalen los propósitos que se tuvieron para la implementación del sistema ABC, de los cuales se requirió que dentro de una escala del 1 al 5, se respondiera cual fue el principal motivo de la puesta en marcha del sistema.

Los resultados señalan con claridad que el principal motivo fue el de la reducción de costos, seguida por el propósito de definir la composición o estructura de los costos, y el

de menor importancia al momento de decidir cual sería la principal intención de implementar el sistema fue el de diseñar nuevos productos o servicios. En este ítem, se valoró en una escala del 1 al 5, y para hacer la medición se considero que cada valor corresponde a 20 puntos en una escala del 1 al 100, lo anterior para poder establecer con mayor precisión los valores correspondientes.

Gráfica 1. Propósitos de Implementación del CBA

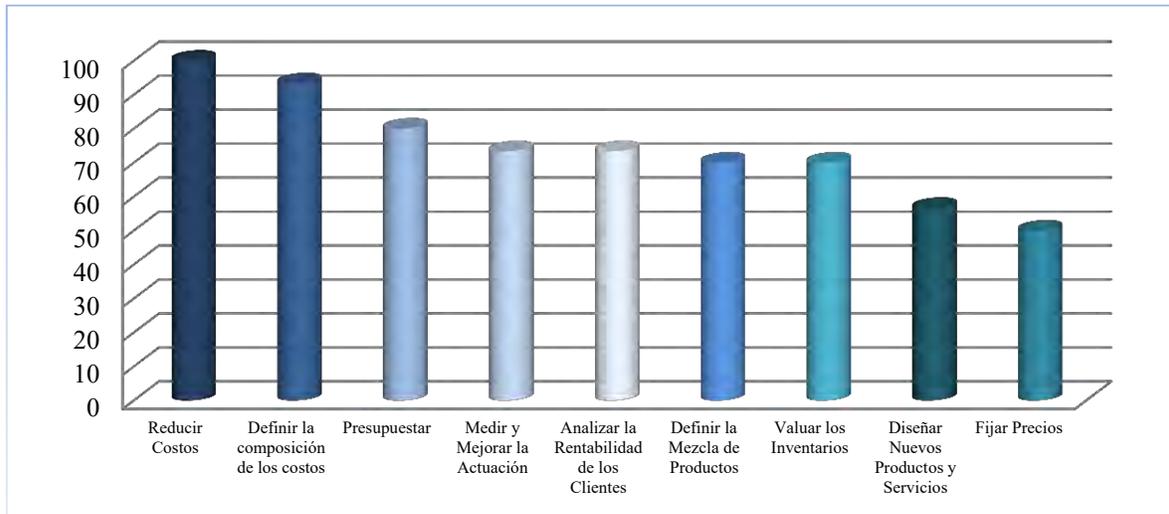


En la siguiente pregunta descansa el punto más importante de nuestra investigación, ya que es aquí donde ponemos a prueba los beneficios recibidos por el sistema de costeo basado en actividades. En esta pregunta los resultados son claros respecto a cuales son los principales beneficios recibidos, en la siguiente tabla y en el grafico se puede apreciar el resultado.

Tabla 6. Beneficios del CBA

En una escala de 1 a 10 (donde 10 es la máxima calificación) ¿Cuáles han sido los beneficios obtenidos gracias a la implementación del sistema ABC?	Respuesta Promedio de las Empresas
Reducir Costos	10
Fijar Precios	5
Medir y Mejorar la Actuación	7
Definir la composición de los costos	9
Presupuestar	8
Analizar la Rentabilidad de los Clientes	7
Definir la Mezcla de Productos	7
Diseñar Nuevos Productos y Servicios	6
Valuar los Inventarios	7

Gráfica 2. Beneficios Obtenidos del Uso del CBA



Conclusiones

Desde las investigaciones de Innes y Mitchell (1995) y Innes et. al (2003) se ha buscado utilizar el sistema CBA con el propósito de generar una reducción de costos dentro de las organizaciones, además que la búsqueda de la administración en las empresas es incrementar la rentabilidad en las mismas, por lo que los esfuerzos naturalmente por conseguir este fin toman como una tarea relevante la reducción de costos.

En nuestra investigación nos encontramos con que uno de los propósitos de implementación del CBA es en primer lugar la reducción de costos, seguida por la definición de la composición de costos como el segundo propósito del porque implementar este sistema.

Bajo la perspectiva de quien contestó la encuesta el mayor beneficio es la reducción de costos, así encontramos una correlación positiva entre el propósito de implementación del CBA y los beneficios obtenidos de esa implementación, por lo que coincide con los resultados mostrados por Innes y Mitchell, en su investigación *The Application of Activity-Based Costing in the United Kingdom's Largest Financial Institutions*, (1997), así como en el trabajo de Innes, Mitchell, y Sinclair, *Activity-Based Costing in the U.K.'s Largest Companies: A Comparison of 1994 and 1999 Survey Results*, (2000), así mismo en el trabajo de de Kiani y Sangeladji, (2003), se establecen los beneficios obtenidos al aplicar el CBA demostrando que en nuestra investigación tenemos coincidencias en los resultados obtenidos.

Referencias bibliográficas

Anderson, S. (1995). A Framework for Assessing Cost Management System Changes: The case of Activity-Based Costing Implementation at General Motors. *Journal of Management Accounting Research* , 7, 1-51.

Ayres R., Ayres I. (2001). *A Handbook for Industrial Ecology*, 2nd edition. Northampton: Edward Elgar.

Basu A., Dirk J. (2006). Industrial Ecology Framework for Achieving Cleaner Production in the Mining and Minerals Industry. *Journal of Cleaner Production*, 14 (3-4), 299-304.

Bjornenak, T., y Mitchell, F. (1999). A Study of the Development of the Activity-Based Costing Journal Literature 1987-1998 . Working Paper, University of Pittsburgh.

Bula, J. M. (2004). Activity-based costing and performance measurement: A strategic integration approach . M.S. dissertation, California State University,.

Cagwin, D., y Bouwman, M. J. (2002). The Association Between Activity-Based Costing and Improvement in Financial Performance. *Management Accounting Research* , 13, 1-39.

Cervantes G. (2007). *Ecología Industrial*, 1a edición. Barcelona: Fundació Pi i Sunyer.

Cervantes G., (2006). Manual de la asignatura: "Introduction to Industrial Ecology. Part B: Industrial Ecology Concepts and Industrial Ecosystems (2 ECTS)", Reporte Final del Proyecto Europeo MECOSIND.

Chiang, H.-T. (2000). An Empirical Study of the Impact of Management's Cost System Selection on Earning-Per-Share: Activity-Based Costing vs. Traditional Costing . (S. o. University, Ed.)

Cooper, R., y Kaplan, R. S. (Julio de 1998). The Promise-and-Peril-of Integrated Cost Systems. *Harvard Business Review* , 109-119.

Cooper, R., y Slagmulder, R. (1999). Integrating Activity-Based Costing and Economic Value Added. *Management Accounting* , 80 (7), 16-17.

Ehrenfeld J. (1997). Industrial Ecology: A Framework for Product and Process Design. *Journal of Cleaner Production*, 5 (1-2), 87-95.

EPA, Environmental Protection Agency. www.epa.gov, fecha de consulta: 19-03-15.

Evia Puerto, M. (2006). ¿Es la Contabilidad Administrativa una Herramienta Útil para Desarrollar la Competitividad de las Empresas? *Contaduría y Administración* (219), 145-166.

Fitó Bertrán, M. A. (2006). La Determinación del Éxito del Modelos de Costes ABC: Una Valoración Crítica de las Diferentes Medidas Empleadas para su Evaluación. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión* (8), 105-128.

Foster, G., y Swenson, D. (1997). Measuring the Success the Activity-Based Cost Management and Its Determinants. *Journal of Management Accounting Research* (9), 107-139.

Foster, G., y Young, S. M. (1997). Frontiers of Management Accounting Research. *Journal of Management Accounting Research* , 9, 63-77.

Frankl, P., & Rubik, F. (2000). Life Cycle assessment in industry and business, adoption patterns, applications and implicaciones. Springer.

Hart, S. (1997). *Beyond Greening: Strategies for Sustainable World*. Harvard Business

Review on the Environment.

Holliday, C., Watts, P., & Schmidheiny, S. (2002). *Walking the Talk*. WBCSD.

Innes, J., Mitchell, F., y Sinclair, D. (2000). Activity-Based Costing in the U.K.'s Largest Companies: A Comparison of 1994 and 1999 Survey Results. *Management Accounting Research* , 11 (3), 349-362.

Innes, J., y Mitchell, F. (1997). The Application of Activity-Based Costing in the United Kingdom's Largest Financial Institutions. *The Service Industries Journal* , 17 (1), 190-203.

Ittner, C. D., Lanen, y Larcker, D. F. (2002). The Association Between Activity Based Costing and Manufacturing Performance. *Journal of Accounting Research* , 40, 711-726.

Kaplan, R. S. (2006). The Competitive Advantage of Management Accounting. *Journal of Management Accounting Research* , 18, 127-135.

Kaplan, R. S. (January de 1988). One Cost System Isn't Enough. *Harvard Business Review*.

Kennedy, T., y Affleck-Graves, J. (2001). The Impact of Activity Based Costing Techniques on Firm Performance. *Journal of Management Accounting Research* , 13, 19-45.

Khalid, A. (2005). Activity-Based Costing in Saudi Arabia's Largest 100 Firms in 2003. *Journal of American Academy of Business, Cambridge* , 6 (2), 285-292.

Kiani, R., y Sangeladji, M. (2003). An Empirical Study About the Use of the ABC/ABM Models by Some of the Fortune 500 Largest Industrial Corporations in the USA. *Journal of American Academy of Business, Cambridge* , 3 (1/2), 174.

Krumwiede, K. R. (1998). The Implementation Stages of Activity-Based Costing and the Impact of Contextual and Organizational Factors. *Journal of Management Accounting Research* , 10, 239-237.

Limpia, C. M. (2002). Centro Mexicano de Producción más Limpia. Obtenido de www.cpml.mx

Maiga, A. S., y Jacobs, F. A. (2003). Balanced Scorecard, Activity-Based Costing and Company Performance: An Empirical Analysis. *Journal of Managerial Issues* , 15 (3), 283-301.

Malmi, T. (1997). Towards Explaining Activity Based Costing Failure: Accounting and Control in a Decentralized Organization. *Management Accounting Research* , 7, 459-480.

Malmi, T. (1999). Activity Based Costing Diffusion Across Organizations: an Exploratory Empirical Analysis of Finish Firms. *Accounting, Organization and Society*, 24, 649-672.

McGowan, A. S., y Klammer, T. P. (1997). Satisfaction with Activity-Based Cost Management Implementation. *Journal of Management Accounting Research* , 9, 217-238.

Norris, G. A. (2001). Integrating life cycle cost analysis and LCA. *The international journal of life cycle assessment*, 6(2), 118-120.

PNUMA, Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente www.unep.org, fecha de consulta: 11- 03-08.

Rosemberg A. (2006). Ecología y Simbiosis Industrial. Centro Tecnológico para la Sustentabilidad. Estructplan. www.estructplan.com.ar/articulos, fecha de consulta: 13-02-08.

Ruhanita, M., y Daing, N. I. (2006). Activity Based Costing (ABC) Adoption Among Manufacturing Organizations- The Case of Malaysia. *International Journal of Business and Society* , 7 (1), 70-101.

Shields, M. D. (1997). Research in Management Accounting by North Americans in the 1990s. *Journal of Management Accounting Research* , 9, 3-62.

Shields, M. D., y Young, S. M. (1994). Behavioral and Organizational Issues. (B. Brinker, Ed.) In *Handbook of Cost Management*.

Sievanen, M., y Tornberg, K. (2002). Process-Based Costing: The Best of Activity-Based Costing. *AACE International Transactions, Accounting y Tax Periodicals* , 151-157.

Staff. (29 de abril de 1995). Dusting the Oposition. *The Economist* , 65-87.

Stigson B., World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) president (1999). What is Eco Efficiency? in Workshop "Eco-Efficiency", pág. 2, Sidney, Australia www.wbcsd.ch/DocRoot/IVejTnoAn2qiwkxIpsWL/EEWhat.pdf , fecha de consulta: 20-02-08.

Suppen, N., & van Hoof, B. (2007). Conceptos básicos del Análisis de Ciclo de Vida y su aplicación en el Ecodiseño.

Swenson, D. (1995). The Benefits of Activity Based Costing Cost Management to the Manufacturing Industry. *Journal of Management Accounting Research* (7), 167-180.

Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of business ethics*,44(2-3), 95-105.

vanLoon, G., Patil S., Hugar L. (2005). *Agricultural Sustainability: Strategies for Assessment*, 1st edition. Sage Publications



**INDICADORES DE RENTABILIDAD CON EL USO DE
RAZONES EN DATOS
PANEL: CASO APLICADO A LA BANCA COMERCIAL
MEXICANA 2008-2014**

Rosa María García Becerra
Facultad de Contaduría y Administración
rossy_gb4@hotmail.com
Mexicana

Klender Aimer Cortez Alejandro
Facultad de Contaduría y Administración
klender@yahoo.com
Mexicano

Alma Berenice Méndez Sáenz
Facultad de Contaduría y Administración
beremendez@hotmail.com
Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 15/Mayo/2015

Resumen

La estructura de la banca comercial ha sido estudiada en diversos trabajos y ahora con mayor auge por la reciente Reforma Financiera que entró en vigor el 1 de enero del 2014. La presente investigación tiene como propósito mostrar los indicadores de rentabilidad de la banca comercial con actividades en México. Una vez, teniendo estos indicadores, se pretende encontrar los determinantes de la rentabilidad para cada grupo de bancos. La muestra se compone de 22 bancos comerciales mexicanos dentro de un periodo de 2008 – 2014. Los resultados muestran que dependiendo del tamaño del banco serán los indicadores de rentabilidad que se vinculan a ella.

Palabras clave

Bancos, economía mexicana, razones de rentabilidad.

Introducción

Existe una relación estrecha entre mercados financieros y actividad económica de un país. Hoy en día se encuentra una gran cantidad de literatura tanto analítica como empírica que investiga esta relación. En base a la importancia que tiene el sistema financiero en el crecimiento económico de la sociedad, debemos considerar la eficiencia y rentabilidad de las entidades financieras que se encuentran operando en la sociedad.

Se han realizado numerosas investigaciones sobre el funcionamiento, estructura y rentabilidad de los bancos, pero en la mayoría de los casos se concentran a la banca internacional.

En México, los estudios que se han realizado sobre la eficiencia operativa y la rentabilidad se centran en la situación general de la banca. En la banca, se entiende por rentabilidad a la diferencia entre las tasas activas y pasivas y la eficiencia se relaciona con la capacidad del sector para apoyar el sector productivo.

La presente investigación tiene como propósito mostrar los indicadores de rentabilidad de la banca comercial con actividades en México. Se clasificará la banca comercial en cuatro grupos; grandes, medianos, pequeños y muy pequeños, de acuerdo a su total de activos con respecto al total de activos de la banca comercial y se mostrarán las vinculaciones entre las razones financieras estimadas.

Marco Teórico

Se entiende por intermediación bancaria el proceso por el cual una empresa o varias se especializan en captar depósitos del público para proceder a prestarlos (Turrent, 2010).

La metodología usada para medir la eficiencia económica se divide en dos categorías: los métodos paramétricos y no paramétricos.

Los métodos no paramétricos se usan principalmente para estimar las fronteras eficientes de producción. La frontera eficiente se construye usando métodos de programación lineal, tales como en análisis envolvente de datos (Data Envelopment Analysis, DEA) y el Free Disposal Hull, para lo cual se requiere una especificación específica de la función de producción (Guerrero & Negrín , 2006). Los métodos no paramétricos no consideran el ruido aleatorio en la construcción de la frontera, que provoca distorsión en la frontera eficiente.

La metodología paramétrica aísla el componente de ineficiencia en relación con el componente de error. Los principales enfoques son: el enfoque de frontera estocástica (denominado Stochastic Frontier Approach, SFA), el enfoque de distribución libre (Free Distribution Approach, FDA) y el enfoque de frontera gruesa (Thick Frontier Approach) (Guerrero & Negrín , 2006).

Enfoque de Frontera Estocástica

El enfoque de frontera estocástica separa el componente de ineficiencia del error aleatorio, al hacer supuestos específicos acerca de sus respectivas distribuciones. Por lo que respecta al error aleatorio y el componente de ineficiencia, se hace generalmente el

supuesto de una distribución simétrica (normal) y una distribución asimétrica (seminormal), respectivamente. La principal crítica asociada a esta aproximación es que estas distribuciones son arbitrarias. De hecho, si la distribución del componente de error aleatorio no está positivamente sesgada, el supuesto acerca de la distribución es erróneo (Guerrero & Negrín , 2006).

Enfoque de frontera gruesa: Metodología de Berger

Método introducido por Berger y Humphrey que se basa en la inclusión de medidas específicas de eficiencia económica y de escala en el modo tradicional de ganancia - estructura de mercado, que a menudo se soslayan o se incluyen indirectamente (Mora & Villalpando Benítez , 2009).

El TFA se basa en el supuesto de que los bancos más eficientes se localizan en la cola inferior de una distribución promedio, usualmente el primer cuartil. Estos bancos se usan para construir una primera frontera que se compara con una segunda frontera para el grupo de compañías localizadas en la cola superior de la distribución promedio, típicamente el cuarto cuartil, que representa a las compañías menos eficientes (Guerrero & Negrín , 2006)

Berger estableció cuatro hipótesis no exclusivas para poner a prueba los paradigmas relacionados con el PM y con la EE. Las hipótesis del PM son la tradicional de estructura de mercado –conducta–desempeño (ECD) y la del poder de mercado relativo (PMR) (Mora & Villalpando Benítez , 2009). Estas hipótesis tienen una característica en común: suponen que los bancos obtienen mayores ganancias controlando los precios; sin embargo, obtienen ese control por dos medios distintos (Mora & Villalpando Benítez , 2009). En el caso de la

hipótesis ECD se supone que la alta concentración de la industria facilita a los bancos coludirse para aumentar los precios, incrementando así sus ganancias. En contraste, en la hipótesis de PMR, los bancos con una mayor participación en el mercado ofrecen productos y servicios diferenciados con el objetivo de imponer precios más altos y obtener así mayores ganancias (Mora & Villalpando Benítez , 2009).

Las hipótesis relacionadas con el paradigma EE son: eficiencia económica (EEX) y la eficiencia de escala (EEE). La hipótesis EEX argumenta una relación positiva entre la rentabilidad y la estructura de mercado refleja una mayor eficiencia técnica, o una mejor administración en algunas instituciones en función de su escala de operación (Mora & Villalpando Benítez , 2009). La hipótesis de la EEE sugiere que la mayor participación de mercado emerge porque, aunque las instituciones bancarias tienen la misma eficiencia en la relación positiva entre la rentabilidad y la participación técnica y gerencial, algunas operan a una mejor escala permitiéndoles así producir a un menor costo (Mora & Villalpando Benítez , 2009).

Método

Entre los estudios empíricos encontrados que analizan la rentabilidad y eficiencia de la banca comercial, se encontró un modelo en donde se partía del análisis de los estados financieros mediante el uso de las razones financieras.

El análisis de las razones de los estados financieros de una empresa es importante para los accionistas, acreedores y la propia administración de la empresa (Gitman, 2007). El

análisis de razones es utilizado para analizar y supervisar el rendimiento, liquidez, solvencia, aplacamiento y uso de activos de la empresa.

Las razones financieras se dividen en cinco categorías:

- Razones de liquidez
- Razones de actividad
- Razones de deuda
- Razones de rentabilidad
- Razones de mercado

Las razones de liquidez, actividad y deuda miden principalmente el riesgo. Las razones de rentabilidad miden el retorno y las razones de mercado determinan tanto el riesgo como el retorno (Gitman, 2007).

El Modelo de datos panel se encuadra en el análisis de regresión, incluida en el conjunto de multivariantes destinadas al análisis de la dependencia entre variables, medidas todas ellas en escala cuantitativa (Mahía, 2000).

Un modelo econométrico de datos de panel es uno que incluye una muestra de agentes económicos o de interés para un período determinado de tiempo, esto es, combina ambos tipos de datos (dimensión temporal y estructural) (Mayorga M. & Muñoz S., 2000).

El objetivo principal del uso del Modelo de Datos Panel, es capturar la heterogeneidad que no se observa a simple vista, tanto en los agentes económicos como en el tiempo, dado que esta heterogeneidad no se puede observar con series de tiempo ni tampoco con los

cortes transversal (Mayorga M. & Muñoz S., 2000). De acuerdo a su amplitud transversal y profundidad temporal, los paneles pueden clasificarse en paneles micro, paneles macro y campo aleatorio o random field. Los paneles macro tienen una amplia dimensión temporal, los paneles micro cuentan con un número amplio de observaciones transversales y el campo aleatorio o random field es una combinación de los dos anteriores, tienen un amplio número de observaciones transversales y dimensión temporal.

Este método permite analizar los efectos individuales específicos y los efectos temporales. En los efectos individuales específicos, son aquellos que afectan de manera desigual a cada uno de los agentes de estudio contenidos en el estudio. Usualmente se identifica la capacidad empresarial, eficiencia operativa, capacidad empresarial, capitalización de la experiencia (Mayorga M. & Muñoz S., 2000).

La especificación general de un modelo de regresión con datos de panel es la siguiente:

$$Y_{it} = \alpha_{it} + X_{it} \beta + U_{it}$$

Con $i=1, \dots, N$ $t=1, \dots, T$

Donde i es la unidad de estudio (corte transversal), t la dimensión del tiempo, α es un vector de interceptos de n parámetros, β es un vector de K parámetros y X_{it} es la i -ésima observación al momento t por las K variables explicativas.

Muestreo

Se tuvo acceso a la página oficial de la Asociación de Bancos de México obteniendo el dato del total de bancos asociados siendo de 46 bancos. De esta población se trabajó solamente con 22 debido que existen bancos que no cumplen con el periodo de estudio de este trabajo.

Procedimiento

Se accedió a la página web de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para obtener información financiera histórica de los bancos comerciales, y poder realizar las razones de rentabilidad de enero 2008 a diciembre 2014. Una vez obtenido los datos se clasifica a la banca comercial de acuerdo a su porcentaje de total de activos a diciembre 2014 con el total de activos de la banca comercial.

De esta clasificación se formaron cuatro grupos:

1. Bancos grandes: poseen más de 15% del total de activos.
2. Bancos medianos: poseen entre el 5% y 15% del total de activos.
3. Bancos pequeños: poseen 1% del total de activos pero menos del 5%.
4. Bancos muy pequeños: posee menos del 1% del total de activos.

Se realizaron cinco modelos, uno por cada grupo y uno por el total de los bancos, usando regresiones con Datos Panel efectos fijos con el software Eviews. Se eligió como variable dependiente la razón de rentabilidad ROE en función de las razones MNI, MNO,

MU, RA, MC Y LOGNACT. Se estimó una ecuación para cada tamaño de banco, partiendo de una ecuación general:

$$y_{Bt} = \alpha_B + bMNI_{Bt} + bMNO_{Bt} + bMU_{Bt} + bRA_{Bt} + bMC_{Bt} + bLOGNACT_{Bt} + \epsilon_{Bt}$$

Donde:

y_{Bt} Razón de rentabilidad ROE de los bancos; α_B es el término constante; $bMNI_{Bt}$ es la Razón de margen neto por intereses de los bancos; $bMNO_{Bt}$ es la razón de margen neto de operación; bMU_{Bt} es la razón de margen de utilidad de los bancos; bRA_{Bt} es la razón de rotación de activos de los bancos; bMC_{Bt} es el multiplicador de capital; $bLOGNACT_{Bt}$ es el logaritmo natural de los activos y ϵ_{Bt} es el término del error aleatorio.

Ecuación para los bancos de tamaño grande

$$y_{Mt} = \alpha_M + bMNI_{Mt} + bMNO_{Mt} + bMU_{Mt} + bRA_{Mt} + bMC_{Mt} + bLOGNACT_{Mt} + \epsilon_{Mt}$$

Ecuación para los bancos de tamaño mediano

$$y_{Pt} = \alpha_P + bMNI_{Pt} + bMNO_{Pt} + bMU_{Pt} + bRA_{Pt} + bMC_{Pt} + bLOGNACT_{Pt} + \epsilon_{Pt}$$

Ecuación para los bancos de tamaño pequeño

$$y_{MPt} = \alpha_{MP} + bMNI_{MPt} + bMNO_{MPt} + bMU_{MPt} + bRA_{MPt} + bMC_{MPt} + bLOGNACT_{MPt} + \epsilon_{MPt}$$

Ecuación para los bancos de tamaño muy pequeño

Modelo de Regresión de Bancos Grandes con Datos Panel

Dependent Variable: ROE
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/16/15 Time: 23:35
 Sample: 2008M01 2014M12
 Periods included: 84
 Cross-sections included: 2
 Total panel (balanced) observations: 168

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.493641	0.119910	-4.116751	0.0001
LOGNACT	0.028933	0.008798	3.288553	0.0012
MC	0.006950	0.000994	6.991868	0.0000
MNI	4.405940	0.625321	7.045884	0.0000
MNO	6.221989	0.887146	7.013485	0.0000
MU	0.030929	0.003166	9.767487	0.0000
RA	0.403925	1.156154	0.349370	0.7273

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.955098	Mean dependent var	0.088229
Adjusted R-squared	0.953133	S.D. dependent var	0.060264
S.E. of regression	0.013046	Akaike info criterion	-5.794164
Sum squared resid	0.027233	Schwarz criterion	-5.645403
Log likelihood	494.7097	Hannan-Quinn criter.	-5.733789
F-statistic	486.1856	Durbin-Watson stat	0.544437
Prob(F-statistic)	0.000000		

Fuente: elaboración con datos propios y el uso del software EViews

Modelo de Regresión de Bancos Medianos con Datos Panel

Dependent Variable: ROE
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/16/15 Time: 23:49
 Sample: 2008M01 2014M12
 Periods included: 84
 Cross-sections included: 3
 Total panel (balanced) observations: 252

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	-0.089398	0.059522	-1.501932	0.1344
LOGNACT	0.003330	0.004320	0.770911	0.4415
MC	0.004271	0.000454	9.405328	0.0000
MNI	0.501969	0.212465	2.362595	0.0189
MNO	0.175931	0.216637	0.812102	0.4175
MU	0.001065	0.000331	3.220970	0.0015
RA	7.019604	0.393460	17.84072	0.0000

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.961423	Mean dependent var	0.065339
Adjusted R-squared	0.960153	S.D. dependent var	0.047509
S.E. of regression	0.009484	Akaike info criterion	-6.443441
Sum squared resid	0.021855	Schwarz criterion	-6.317390
Log likelihood	820.8736	Hannan-Quinn criter.	-6.392721
F-statistic	757.0147	Durbin-Watson stat	0.659030
Prob(F-statistic)	0.000000		

Fuente: elaboración con datos propios y el uso del software EViews

Modelo de Regresión de Bancos Pequeños con Datos Panel

Dependent Variable: ROE
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/17/15 Time: 00:07
 Sample: 2008M01 2014M12
 Periods included: 84
 Cross-sections included: 6
 Total panel (balanced) observations: 504

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.142544	0.032964	-4.324223	0.0000
LOGNACT	0.013419	0.002894	4.637445	0.0000
MC	-0.000244	0.000252	-0.969439	0.3328
MNI	-0.814206	0.153127	-5.317187	0.0000
MNO	-1.161930	0.180955	-6.421110	0.0000
MU	0.002277	0.001479	1.539691	0.1243
RA	5.951621	0.237002	25.11213	0.0000

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.852668	Mean dependent var	0.059242
Adjusted R-squared	0.849374	S.D. dependent var	0.041180
S.E. of regression	0.015982	Akaike info criterion	-5.411170
Sum squared resid	0.125671	Schwarz criterion	-5.310633

Log likelihood	1375.615	Hannan-Quinn criter.	-5.371733
F-statistic	258.8543	Durbin-Watson stat	0.621981
Prob(F-statistic)	0.000000		

Fuente: elaboración con datos propios y el uso del software EViews

Modelo de Regresión de Bancos Muy Pequeños con Datos Panel

Dependent Variable: ROE
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/17/15 Time: 00:33
 Sample: 2008M01 2014M12
 Periods included: 84
 Cross-sections included: 11
 Total panel (balanced) observations: 924

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.136784	0.025791	-5.303523	0.0000
LOGNACT	0.018169	0.003016	6.024748	0.0000
MC	-0.002300	0.000640	-3.591844	0.0003
MNI	0.471010	0.033572	14.03000	0.0000
MNO	0.682803	0.043518	15.69020	0.0000
MU	-0.000111	0.000118	-0.940872	0.3470
RA	0.919943	0.020567	44.72941	0.0000

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.907886	Mean dependent var	0.010910
Adjusted R-squared	0.906261	S.D. dependent var	0.147539

S.E. of regression	0.045172	Akaike info criterion	-3.338460
Sum squared resid	1.850728	Schwarz criterion	-3.249620
Log likelihood	1559.368	Hannan-Quinn criter.	-3.304565
F-statistic	558.7191	Durbin-Watson stat	0.572639
Prob(F-statistic)	0.000000		

Fuente: elaboración con datos propios y el uso del software EViews

Los resultados de las regresiones muestran que el ROE es mejor explicado en los bancos medianos y grandes. En los bancos medianos, el modelo explica un 96.01% en base a la Adjusted R-squared y un 95.31% para el caso de los bancos grandes.

Conclusiones

En esta investigación se analizó a la banca comercial con actividades en México en los años 2008 a 2014. Entre los resultados se encontró que para cada tamaño de bancos existen determinantes de rentabilidad diferente. En los bancos grandes, los determinantes de la rentabilidad son el margen neto de intereses, margen neto por operación, multiplicador de capital, margen de utilidad y el logaritmo natural del activo. En los bancos medianos, los determinantes de la rentabilidad son el margen neto de intereses, multiplicador de capital, margen de utilidad y rotación de activos. En los bancos pequeños, el margen neto de intereses, el margen neto de operaciones y la rotación de activos afectan negativamente el rendimiento sobre capital. Para los bancos muy pequeños, los determinantes fueron el margen neto por operación, margen neto por intereses y el logaritmo natural del activo que afectan positivamente al rendimiento sobre el capital con excepción del multiplicador de capital con una relación negativa.

Los bancos grandes muestran ventajas significativas con respecto a los otros, tanto en el margen neto de intereses como en el margen neto de operación.

Bibliografía

- Armendáriz Aghion, b., & Morduch, J. (2005). *The Economics of Microfinance* . Cambridge: The MIT Press.
- Banco de México . (2 de Diciembre de 2014). *Banco de Mexico*. Obtenido de <http://www.banxico.org.mx/mibanxico/pdf/zona2imprimible.pdf>
- Bolsa Mexicana de Valores* . (s.f.). Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://www.bmv.com.mx/>
- Gitman, L. J. (2007). *Principios de Administración Financiera* . México: Pearson Educación .
- González, M. S. (14 de Agosto de 2014). *Banco de México* . Obtenido de <http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/discursos-y-presentaciones/presentaciones/%7BCF35330A-4A30-470E-F583-F0547C25F57B%7D.pdf>
- Guerrero, R., & Negrín, J. (2006). Eficiencia del sistema bancario mexicano 1997-2004: una estimación dinámica. *Monetaria* , 236-259.
- Gutierrez, F. J., García Muñoz, G., & Ángeles Uribe, E. (2012). Sistema financiero y actividad económica en México: negocio y divergencia del sector bancario. *Análisis económico*, XXVII(67).
- La Porta, R., & López de Silanes, F. (1999). The Benefits of Privatization: Evidence From Mexico. *The Quarterly Journal of Economics*, 114(4), 1193-1242.
- Mahía, R. (2000). *Introducción a la especificación y estimación de modelos datos de panel*.
- Mayorga M., M., & Muñoz S., E. (2000). *La técnica de Datos Panel una guía para su uso e interpretación*. Banco Central de Costa Rica, Departamento de Investigaciones económicas .
- Mora, R. G., & Villalpando Benítez, M. (2009). Rentabilidad, concentración y eficiencia en el sistema bancario mexicano. (237-263, Ed.) *El trimestre económico*, LXXVI(301).
- Murillo, J. A. (2012). La Banca en México: privatización, crisis y reordenamiento. *Documento de trabajo* . México: Banco de México .
- Nava, A. R., & Venegas Martínez, F. (2010). Indicadores de rentabilidad y eficiencia operativa de la Banca comercial en México. *Revista Latinoamericana de Economía* , 165-191.
- Ortiz, G. (1994). *La Reforma Financiera y la Desincorporación Bancaria* . México : Fondo de Cultura Económica .
- Rogozinski, J. (1997). *La Privatización en México: Razones e impactos*. México : Trillas.
- Turrent, E. (2010). Historia Sintética de la banca en México.
- Vergara, M., & Johnson, C. (2009). Determinantes de la productividad de los bancos en Chile. *Estudios de Administración*, 16(n), 1-46.



LOS MICROCRÉDITOS A LAS MIPYMES DE NUEVO LEÓN, CON APOYO DEL GOBIERNO ESTATAL

Autores:

Juan Patricio Galindo Mora
patricio.galindom@hotmail.com

Refugio de Jesús Fernández Martínez
rfdzmtz@hotmail.com

Raúl Dávila Garza
raul.davilag@uanl.edu.mx

Alberto Pimentel Niño
albertopimentel@yahoo.com

Institución de adscripción:

*Facultad De Contaduría Pública Y Administración De La Universidad Autónoma De
Nuevo León*

Nacionalidad de los autores: mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 18/Mayo/2015

RESUMEN

Este artículo pretende conocer y determinar los impactos que ha tenido los créditos otorgados por el Fideicomiso Fondo de Apoyo para la Creación y Consolidación del Empleo Productivo en el estado de Nuevo León al ubicar los sectores beneficiados, determinar las políticas para su asignación, señalar las empresas productivas favorecidas e identificar las aplicaciones de los créditos. Se utilizó una encuesta para obtener la información y se aplicó directamente a los beneficiados del programa FOCRECE. Los resultados muestran que los microcréditos otorgados han permitido beneficiar a la economía ya que está impulsando a nuevos emprendedores y microempresarios sin importar el género o el nivel de educación y los principales beneficiarios han sido las micro

y pequeñas empresas del ramo comercial y de servicios por lo que se pronostica éxito ya que están impactando favorablemente la economía del estado.

Palabras clave: Crédito, Financiamiento, MIPYMES, Fideicomiso, Gobierno de Nuevo León.

INTRODUCCIÓN

El acceso a capital es uno de los factores más importantes para que una Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) pueda subsistir, producir, crecer y expandirse a diferentes mercados; su escasez puede ocasionar la salida del mercado y desaparición definitiva (Padilla-Pérez, & Fenton Ontañón, 2013). Contar con financiamiento adecuado y oportuno, puede detonar y determinar el crecimiento del negocio o su salida del mercado. Por tal motivo, conocer cuál es el tipo de financiamiento más adecuado y oportuno para su negocio es muy importante en estos momentos, ya que las múltiples instituciones financieras lo hacen como un jugoso negocio y ofrecen diversas alternativas. (Mungaray Lagarda, Osuna Millán, Ramírez Urquidy, Ramírez Angulo, & Escamilla Díaz, 2015).

Las MIPYMES son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo y por su aportación al Producto Interno Bruto. Constituyendo en el caso de México, más del 99% del total de las unidades económicas del país, representando alrededor del 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y contribuyendo a generar más del 73% de los empleos formales, lo que significa más de 19.6 millones de puestos laborales (Diario Oficial de la Federación del 30 de junio de 2009). Esta

importancia es igual en otros países, por citar algunos ejemplos, en la Unión Europea y en Estados Unidos representan el 95% de las unidades económicas y proveen más del 75% de los puestos de trabajo.

Por tal motivo, resulta indiscutible que la política orientada a apoyar a las MIPYMES productivas y formales y, por supuesto, a los emprendedores, debe ser pieza angular de la agenda de cualquier gobierno, a fin de consolidarla como palanca estratégica del desarrollo nacional y de generación de bienestar para los ciudadanos.

Por otra parte, para integrar a todas las regiones del país con mercados nacionales e internacionales es fundamental para que las empresas y actividades productivas puedan expandirse en todo el territorio, para lo cual se debe facilitar un proceso de cambio estructural ordenado que permita el crecimiento de actividades de alto valor agregado y al mismo tiempo se apoya la transformación productiva de los sectores tradicionales de la economía. (Arellano González, Carballo Mendivil, Orrantia López, & Salazar Rivera, 2013). Para ello, es necesario coordinar la política de fomento económico, la infraestructura logística y la política de financiamiento sobre sectores estratégicos como la industria, la agricultura, la ganadería y el turismo, entre otras actividades productivas. (Torres Gastelú, 2012).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como ya se comentó las micro, pequeñas y medianas empresas constituyen la columna vertebral de la economía nacional por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. En México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99% son MIPYMES, bajo este contexto es indispensable promover la investigación acerca de estas empresas, sus principales problemas y sus posibles soluciones. Es claro que con dinero estas empresas puede desarrollar sus actividades adecuadamente, por lo que mientras más recursos financieros tenga la empresa y mejor los maneje, más factible será que resista algún problema que se le presente o que le sean redituados mayores beneficios. Al contar con dinero y un buen manejo de éste, un empresario de micro y pequeñas empresas podrá responder acertadamente a las necesidades y expectativas del mercado.

Sin embargo, en la actualidad es común que las pequeñas empresas empiecen sus operaciones sin capital suficiente para asegurar su éxito a futuro. Generalmente, al preguntar a un empresario que es lo que más necesita, probablemente su respuesta estará ligada con el requerimiento de recursos financieros y con las dificultades en la obtención de financiamiento para iniciar, desarrollar y conservar su empresa. Aún cuando existan numerosas instituciones que apoyan financieramente a este sector, es bien sabido que pocas veces el pequeño empresario es sujeto de crédito. Ni su historial crediticio ni su solvencia económica le permiten hacerse de más capital.

Por lo anterior, la falta de financiamientos adecuados para la subsistencia de las PYMES, destaca como uno de los problemas principales a los que se enfrentan. Más grave aún es el hecho de que cuando existen fuentes de financiamiento, los empresarios no llegan a utilizarlas por falta de promoción o por desconfianza de las instituciones que los proporcionan, o por desconocimiento o falta de interés por parte de los empresarios, o bien, no son sujetos de crédito por falta de historial crediticio, solvencia económica o garantías suficientes.

Además otros estudios muestran que las PYMES son las empresas que más obstáculos enfrentan para su desarrollo y uno de los primeros obstáculos es la obtención de financiamiento a largo plazo que les permita soportar la inversión y apoyar en el crecimiento de sus negocios (Sánchez, J. J., Osorio, J., & Baena, E. (2007), Valenzuela, R. L. (2009) y Pavón, L. (2010). Sin embargo, en la mayoría de todos los estudios revisados no evalúan las políticas de aplicación y otorgamiento que les permite a las empresas desarrollarse gracias a estos microcréditos.

Todo esto genera un gran problema para las MIPYMES, por lo que la pregunta de investigación en este proyecto es ¿Cuál es el beneficio de los créditos otorgados a las MIPYMES mexicanas en cuanto a las políticas de aplicación y otorgamiento de un organismo público estatal?. Por consiguiente el objetivo general es conocer y diagnosticar el impacto de los microcréditos otorgados por el gobierno de Nuevo León a las MYPIMES en este el estado y como objetivos específicos tenemos:

- Ubicar los sectores beneficiados
- Determinar las políticas para su asignación.

- Señalar las empresas productivas favorecidas.
- Identificar las aplicaciones de los créditos.

Como hipótesis inicial tenemos que los beneficios obtenidos de los microcréditos otorgados por el gobierno del estado de Nuevo León a las MIPYMES tienen un impacto positivo en los beneficiarios gracias a las políticas de aplicación y de otorgamiento de estas instituciones.

Una de las justificaciones de realizar este estudio en el estado de Nuevo León es uno de los estados de México más desarrollados en el área económica, tiene una gran infraestructura para la industria y el comercio; cuenta con escuelas técnicas y tres de las mejores universidades de Latinoamérica; 57 parques industriales y 18 grandes empresas (petroquímicos, banca, cemento, acero, vidrio, productos eléctricos, alimentos, bebidas – carbonatadas y cerveza-, metalmecánico, autopartes, medios de comunicación, software. Razón por la cual, tiene un número importante de empresas: las empresas de tamaño micro y las pequeñas empresas son las que emplean a más personas en el Estado, las micros cuentan con 670,757 empleados; las pequeñas con 370,580; las medianas con 293,731; las grandes empresas con 333,236, y otras empresas 83,794 (Data NL, 2010).

Además, es un estado prospero ya que su situación geográfica le permite un dinamismo industrial y comercial importante, colinda al norte y al este con Tamaulipas; al sur y al oeste con San Luis y Zacatecas; y al norte con Coahuila y Tamaulipas y sobre todo está muy cerca del estado norteamericano de Texas. Sus actividades principales son de servicio, comercio, fabricación (metal, maquinaria y equipo), aportando \$615,998 millones al PIB, en el 2006 (Data NL, 2010). Nuevo León tiene una superficie de 64,220 km², que

equivale al 3.3% del país) y cuenta con una población de 4,199,292 (4.0% del país), de los cuales el 85% (3.7 millones) viven en el área Metropolitana de Monterrey, siendo 2,108,619 mujeres y 2,090,673 hombres, con una población bastante joven ya que el 62% tiene entre 15 y 59 años (INEGI, 2010).

MARCO TEÓRICO

El microcrédito constituye un instrumento efectivo y cada vez más utilizado en los programas para la erradicación de la pobreza. La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo estima que existe actualmente en el mundo 7.000 instituciones dedicadas a las micro finanzas que conceden microcréditos a 8 millones de personas por un monto total de 7 mil millones de dólares. Sin embargo, el número de usuarios potenciales de este tipo de servicios financieros se calcula en alrededor de 500 millones, con una demanda total de crédito de 300.000 millones de dólares (UNCTAD, 2010).

En la literatura especializada se hallan algunas definiciones del concepto de microcrédito. Lacalle (2002), los define como “un instrumento de financiación para el desarrollo, cuyo objetivo final es la reducción de la pobreza en el mundo. Ahora bien, no todas las organizaciones ni entidades que trabajen en este campo definen el concepto de la misma manera. Alguno de los criterios utilizados suelen ser el tamaño de los préstamos, el uso de los fondos o los sujetos del préstamo”.

En cuanto a la definición de microcrédito dada en la Cumbre del Microcrédito celebrada en Washington en 1997, son “programas de concesión de pequeños créditos a los más necesitados de entre los pobres para que éstos puedan poner en marcha pequeños

negocios que generen ingresos con los que mejorar su nivel de vida y el de sus familias”. De acuerdo con Fernández (2003), el microcrédito se define como “todo crédito concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero prestamista”.

Los microcréditos tienen como característica esencial el cumplir con una función social y una función económica de los sectores menos desarrollados, o sea los que no tienen acceso al crédito en instituciones que integran el sistema financiero del país, ya que para las MIPYMES es muy difícil tener acceso a los créditos necesarios para su funcionamiento. (Vera Muñoz, 2012).

En congruencia con lo anterior, con la finalidad de llevar a cabo políticas públicas que eliminen los obstáculos que impiden alcanzar su máximo potencial a amplios sectores de la vida nacional, como el desarrollo de MIPYMES, los gobiernos propone generar estímulos correctos para integrar a todas las empresas en la economía formal, por lo que generar esquemas de financiamiento a los microempresarios se ha vuelto un estrategia de desarrollo.

En este sentido, el gobierno de México ha desarrollado diversos programas para apoyar a las MIPYMES, como se observa en el Plan Nacional de Desarrollo 2013–2018, publicado el 20 de mayo de 2013, en el Diario Oficial de la Federación, en el cual se establecen los objetivos, las estrategias y las líneas de acción para las MIPYMES. Se

encuentra un programa llamado **México Próspero**, el cual tiene como finalidad promover el crecimiento sostenido de la productividad en un clima de estabilidad económica y mediante la generación de igualdad de oportunidades, teniendo entre otras metas buscar proveer condiciones favorables para el desarrollo económico, a través de una regulación que permita una sana competencia entre las empresas y el diseño de una política moderna de fomento económico enfocada a generar innovación y crecimiento en sectores estratégicos.

Este programa tiene como objetivo esencial en relación con las MIPYMES:

- Promover el desarrollo de productos financieros adecuados, modelos innovadores y uso de nuevas tecnologías para el acceso al financiamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas; y.
- Fomentar el acceso a crédito y servicios financieros del sector privado, con un énfasis en aquellos sectores con el mayor potencial de crecimiento e impacto en la productividad, como el campo y las pequeñas y medianas empresas.

De igual manera a nivel estatal también existen programas que permiten apoyar y estimular a las microempresas y a los emprendedores, ya que la posibilidad de alcanzar un financiamiento competitivo se vuelve muy complicado. Por tal motivo el Gobierno del Estado a través de la Secretaría de Desarrollo Económico creó el Fideicomiso denominado Fondo de Apoyo para la Creación y Consolidación del Empleo Productivo en el Estado de Nuevo León (**FOCRECE**) con el objetivo de apoyar económicamente a los empresarios y emprendedores con montos de 10 mil a 150 mil pesos, a tasas de interés preferenciales y con plazos de 1 a 3 años. Los créditos son destinados principalmente para avío (materia

prima e insumo) y refaccionario (maquinaria y equipo), que según el monto se les requieren garantías signatarias, prendarias o hipotecarias (<http://www.nl.gob.mx>)

La Misión de este apoyo financiero estatal a las MIPYMES a través del Fideicomiso FOCRECE es promover y apoyar el desarrollo de las áreas productivas de la micro y pequeña empresa mediante apoyos financieros, asesorías y gestorías con el objeto de facilitar la creación y operación de las mismas.

La Visión de este programa estatal es ser reconocidos por las empresas y organismos intermedios como la entidad de mayor cobertura en el Estado para el otorgamiento de apoyos financieros, así como de asesorías y gestorías de la micro y pequeña empresa

Por tal motivo, el Gobierno de Nuevo León suscribió un Contrato de Acciones para la Constitución del Fondo de Inversión y Reinversión para la Creación y Consolidación del Empleo Productivo en el Estado de Nuevo León (FIRCE) en 1995. El patrimonio del Fideicomiso se integró por las Aportaciones Federales de (FONAES) por la cantidad de \$17'736,326.00 y las aportaciones del Gobierno del Estado de Nuevo León por la cantidad de \$10'000,000.00. El 30 de Abril de 1998 el Comité Técnico del FIRCE en su sesión número 27, acordó constituir un fideicomiso que tenga por objeto la administración de los recursos y continuar con los apoyos para la creación y consolidación del empleo productivo en el Estado de Nuevo León.

El Fideicomiso Fondo de Apoyo para la Creación y Consolidación del Empleo Productivo en el estado de Nuevo León (FOCRECE) inició operaciones el 11 de abril del

2000 y a la fecha ya cuenta con el 100% del Patrimonio original del FIRCE es decir \$ 27,736,326.00 más una aportación estatal de \$ 8,825,538.55 en Diciembre del 2002.

El objetivo principal de este fideicomiso es promover y apoyar el desarrollo de las áreas productivas de la micro y pequeña empresa mediante apoyos financieros, asesorías y gestorías con el objeto de facilitar la creación y operación de las mismas. A través del FOCRECE, se brindan apoyos crediticios a personas físicas y morales con actividad económica en el Estado de Nuevo León que no tienen acceso a las fuentes convencionales de crédito y que a través del análisis, revisión y aprobación de sus proyectos puedan generar y/o fortalecer empleos al obtener créditos a tasas preferenciales.

Es importante resaltar que la vigencia de este fideicomiso es permanente. El trámite es gratuito y puede solicitarse personalmente o por teléfono y cumplir con los siguientes requisitos:

- Contar con proyectos de inversión viables que fortalezcan o que generen empleos.
- Tener una antigüedad mínima de un año en la actividad económica
- Contar con la garantía correspondiente: Aval, Prendaria o Hipotecaria, según el monto solicitado.
- Llenar la solicitud de crédito (la cual es proporcionada y llenada por los promotores de crédito); acompañar la cédula de identificación fiscal (RFC) o solicitud de inscripción; copia de la identificación personal (credencial de elector o pasaporte vigente); copia del comprobante de domicilio particular o del negocio (recibo de agua, teléfono, energía eléctrica); referencias personales y comerciales (2 cartas de cada una); copia del acta

constitutiva o poder y última modificación en su caso, en el caso de ser persona moral; y el proyecto de inversión detallado (copia), refacción y cotizaciones.

El tiempo de respuesta es de 15 días hábiles y los apoyos económicos van a los empresarios y emprendedores con montos de 10 mil a 150 mil pesos, a tasas de interés preferenciales y con plazos de 1 a 3 años. Los proyectos se analizan y se evalúan por el Comité Técnico que en términos de lo dispuesto por la Cláusula SÉPTIMA del Contrato de Fideicomiso FOCRECE, se integra por los siguientes miembros: El Gobernador Constitucional del Estado, quien lo presidirá, el Secretario de Desarrollo Económico del Estado de Nuevo León, en calidad de Presidente Ejecutivo, el Secretario de Finanzas y Tesorero General del Estado de Nuevo León, el Secretario de Desarrollo Humano. Actualmente acuden un representante del Consejo de Desarrollo Social y el uno del Consejo de Relaciones Laborales, el Delegado en el Estado de la Secretaría de Desarrollo Social y un representante del "FONAES" (Fondo Nacional de Apoyos para Empresas en Solidaridad) y cuatro representantes del Sector Privado, designados por el Presidente del Comité.

Estos programas de financiamiento se realizan de acuerdo al tamaño de las empresas, por lo que este organismo se basa en la clasificación publicada por la Secretaría de Economía en el Diario Oficial de la Federación del 30 de junio de 2009, que establece que el tamaño de la empresa se determinará a partir del obtenido del número de trabajadores multiplicado por 10%; más el monto de las ventas anuales por 90%.

Tabla no. 1.- Estratificación de Tamaño de las Empresas

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado
Micro	Todas	Hasta 20	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.1 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100-01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$100-01 hasta 250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90 % .

Fuente: SE. DOF 30 DE JUNIO DE2009

El Tope Máximo Combinado de cada categoría va desde 4.6 en el caso de las micro, hasta 250 para las medianas. Esta clasificación permite justificar los criterios de clasificación ya que va encaminada a evitar la discriminación y ampliar el acceso a programas para las MIPYMES. La estratificación se hace con base en el número de empleos y ventas anuales ya que toma en cuenta el número de empleos que genera y establece como determinante el nivel de ventas anuales. De igual manera, esta clasificación permite que empresas con intensiva mano de obra y aquellas que tienen ventas significativamente altas puedan participar en los programas de apoyo para las MIPYMES, de acuerdo con la Secretaría de Economía.

MÉTODO

Este estudio es una investigación exploratoria y descriptiva y es cuantitativa. La población a estudiar fueron los 40 microempresarios en Nuevo León que obtuvieron un crédito por parte del Fondo de Apoyo para la Creación y Consolidación del Empleo Productivo (FOCRECE) que administra el gobierno del estado de Nuevo León. Por lo que se aplicaron 40 encuestas de una población total de 40 microempresas que fueron apoyadas con microcréditos en el 2013, ya que son las únicas que recibieron el apoyo y son a las que se les aplicó el cuestionario, por lo que se puede decir que se encuestó al 100% de la población.

Dónde y cómo se recopiló la información:

- a) Elaboración de la encuesta: La encuesta se elaboró por catedráticos de la Universidad Autónoma de Nuevo León en base al marco teórico y a los alcances del fideicomiso, lo que pretendió obtener información de carácter económica y social de las personas beneficiadas con los créditos otorgados por FOCRECE.
- b) Aplicación de la encuesta. En la presente investigación se contó con el apoyo directo del FOCRECE, a fin de que por su conducto se levantara la encuesta respectiva, por lo que no fue necesario acudir a los negocios de manera directa.
- c) Criterio de inclusión. La encuesta fue aplicada a las personas que obtuvieron créditos de FOCRECE, por el periodo comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre del 2013 o sea anterior a la realización de la presente investigación, para estar en posibilidad de contar con la información resultado de la experiencia de los beneficiarios de los créditos otorgados por FOCRECE.

- d) Procedimiento. Con base en las encuestas aplicadas por FOCRECE, se tomó la muestra correspondiente para el análisis de los datos objeto de la presente investigación.
- e) Procesamiento de la información. Se capturarán los datos en SPSS con el objeto de presentar el informe de los resultados del análisis de la investigación.
- f) Obtención del producto final. Los resultados que se obtuvieron de esta investigación se presentan a continuación:

RESULTADOS

Los resultados obtenidos de las variables demográficas se mencionan a continuación:

- **Género:** En cuanto a esta variable del micro empresario encuestado, el 57% son hombres y el restante 43% son mujeres. Lo que indica el aumento de la participación de la mujer emprendedora en las actividades productivas.
- **Edad:** Los micro empresarios encuestados, el 47% tienen de 36 a 45 años; el 23% de 25 a 35 años; el 20% tienen más de 45 años y el restante 10% menos de 25 años, por lo que podríamos señalar que los micro empresarios son jóvenes, toda vez que el 80% son menores de 46 años.
- **Escolaridad:** Los micro empresarios encuestados, el 10% señala tener estudios de posgrado, el 50% tienen una licenciatura, el 24% cuenta con una carrera técnica y el resto tiene preparatoria o secundaria terminada. Es importante resaltar que más del 60% tienen estudios de nivel superior.
- **Años de experiencia a nivel ejecutivo:** Por lo que respecta a esta variable, el 30% de los encuestados señalo no tener experiencia; el 16.7% tiene 2 años de experiencia anterior;

el 26.4% tiene entre 3 y 5 años y solo el 13.2% tiene más de 10 años de experiencia a nivel ejecutivo. Estos resultados podrían explicarse porque es una población joven de micro empresarios.

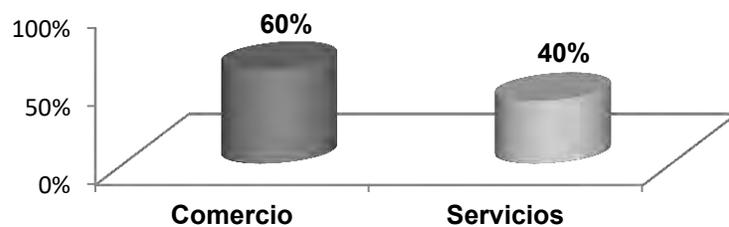
- **Puesto que ocupan:** la mayoría son dueños de la empresa (el 90%); el 6.6% tiene el puesto de gerente o jefe de departamento y el 3.3% no respondió. De lo anterior se deduce que no tienen estructura corporativa, lo que se justifica dada la naturaleza de las empresas administradas por el dueño de la misma.

A continuación se dan respuesta a cada uno de los objetivos específicos:

1.- Ubicar los sectores beneficiados.

En cuanto a las empresas encuestadas, el 60% es de giro comercial y el 40% de servicio como se muestra en la siguiente gráfica.

Gráfica 1. Giro principal de la empresa

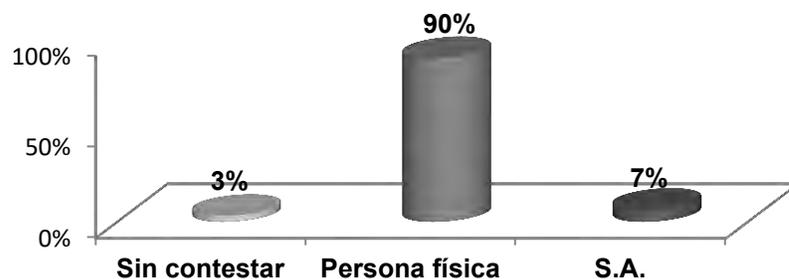


Fuente: Elaboración Propia.

2.- Determinar las políticas para su asignación.

Se pudo concluir que las políticas son apoyar a personas físicas (personas emprendedoras) que tiene poco tiempo de instalar su negocio, los apoyos se dan principalmente a las micro y pequeñas empresas especialmente a las de giro comercial siguiéndole las de servicio se muestran graficas a continuación:

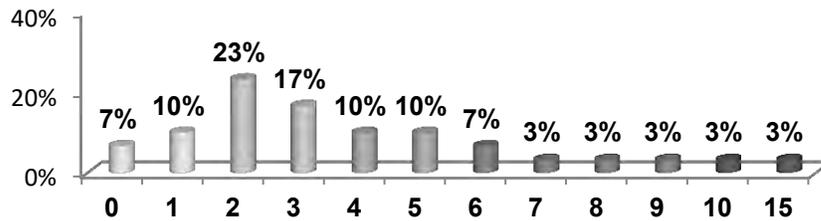
Gráfica 2. Nombre, Denominación o Razón Social de la empresa



Fuente: Elaboración Propia.

Cabe destacar que en cuanto al nombre, denominación o razón social de las microempresas encuestadas, el 90% es persona física, el 7% es Sociedad Anónima y el resto 3% no contestó la pregunta, lo cual es congruente con la gráfica 6, en la cual el 90% manifestó ser dueño.

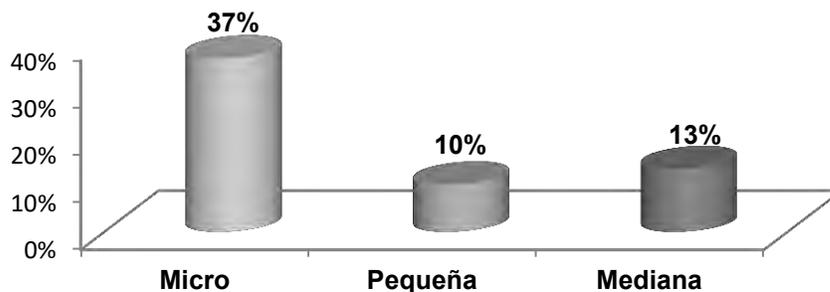
Gráfica 3. Antigüedad promedio de las empresas



Fuente: Elaboración Propia.

En cuanto a la antigüedad promedio de las empresas encuestadas, se tienen que son empresas relativamente nuevas, toda vez que el 17% tiene menos del año, el 23% tiene 2 años de antigüedad, el 17% tiene 3 años de antigüedad y el 20% tienen entre 4 y 5 años, solo el 22% tienen más de 6 años de antigüedad.

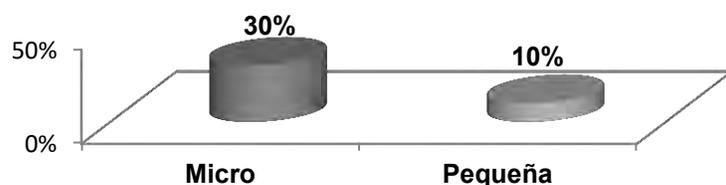
Gráfica 4a. Tamaño de la empresa comercial



Fuente: Elaboración Propia.

Del total de las empresas, como se señala en la gráfica 7, el 60% son empresas comerciales, de las cuales el 37% es micro, el 13% es mediana y el resto 10% es pequeña empresa, por lo que prevalece la empresa micro comercial.

Gráfica 4b. Tamaño de empresas de servicio



Fuente: Elaboración Propia.

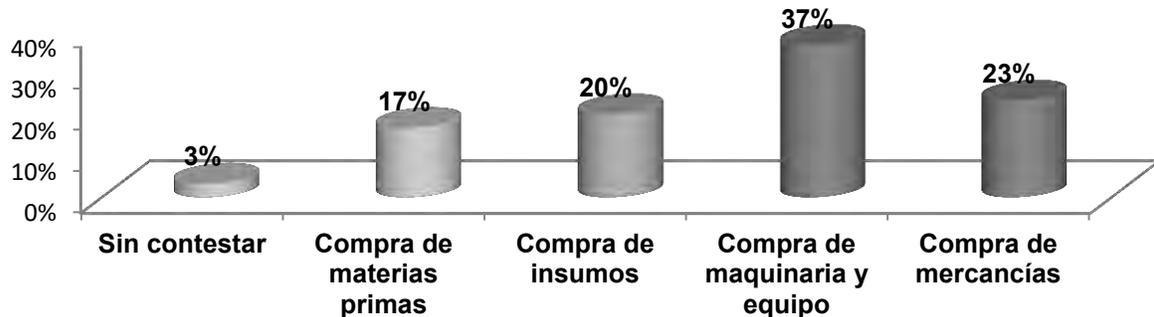
Del 40% de las empresas restantes que son de servicios, el 30% es micro y el resto 10% es pequeña empresa, por lo que es importante señalar que en este estudio no hay empresas medianas de servicios, solo comerciales.

3.- Señalar las empresas productivas favorecidas:

Como podrá observar las gráficas 4ª y 4b los créditos en su mayor proporción fueron otorgados a las micro y pequeñas empresas tanto del sector comercial como de servicios.

4.- Identificar las aplicaciones de los créditos.

Gráfica 5. Aplicación que le dio a los créditos que obtuvo del FOCRECE:



Fuente: Elaboración Propia.

En cuanto a la aplicación del crédito, el 37% lo utiliza para la compra de maquinaria y equipo, el 23% lo utiliza para la compra de mercancías, el 20% lo utiliza para compra de insumos y el 17% para la compra de materias primas. Es un crédito que apoya a la infraestructura y con los elementos para su funcionamiento.

Por lo que se diagnostica en base a los resultados obtenidos de la encuesta que la economía del estado va crecer ya que estos créditos otorgados por FOCRECE están apoyando a nuevos emprendedores en el sector comercial y de servicio.

CONCLUSIONES

De manera general se puede decir que el perfil de los encuestados señala que la mayoría de los encuestados son jóvenes dueños, con un número importante de mujeres

empresarias y con una preparación académica superior, son personas físicas trabajando en las áreas de comercio y servicios. La mayoría son Microempresas atacando un mercado local con buenas ventas, que obtienen créditos para compra de insumos y materia prima de instituciones públicas.

En cuanto a los créditos solicitados es muy satisfactorio analizar los resultados y concluir que los créditos otorgados a las MIPYMES de los sectores comercial y de servicios en el Estado de Nuevo León son considerados como buenos y cumple las funciones de apoyar las micro empresas para su buen funcionamiento. Por lo que se justifica la creación del organismo público FOCRECE para el otorgamiento de los créditos a las empresas de Nuevo León y así impulsar la economía del Estado.

Una de las recomendaciones que se realiza es que se le incremente el capital a FOCRECE con el propósito de que aumente su capacidad de otorgar mayor número de microcréditos a las micro y pequeñas empresas ya que es una manera de fortalecer la economía del estado de Nuevo León y que seguramente se verá impactado positivamente el PIB de nuestro país.

Referencias

- Arellano González, A., Carballo Mendivil, B., Orrantia López, M., & Salazar Rivera, R. (2013). Diagnóstico de la madurez de los procesos de la cadena de valor de una pequeña empresa mexicana de productos de maíz. *Pensamiento & Gestión*, (34), 122-136.
- Calderón, M. L. (2002). *Microcréditos: de pobres a microempresarios*. Ariel.

Cámara de Diputados. <http://www.diputados.gob.mx>.

Cumbre Mundial Microcrédito, Washington D.C. 1997. Recuperado de:

<http://valladolidmicrocredito.wordpress.com/cumbre-mundial-de-microcreditos/>

Data N. L. INEGI. Quick facts.

Diario Oficial de la *Federación* del 30 de junio de 2006.

Diario Oficial de la Federación. <http://www.nl.dof.mx>

Fernández, F. (2003): ¿De qué manera interactúan las IMFs y el Estado para conseguir cambios en el Marco Regulatorio? Experiencia en Ecuador. Proyecto SALTO de Fortalecimiento de las Microfinanzas y Reformas Macro Económicas. Presentado en VI Foro Interamericano de la Microempresa.

Fideicomiso Fondo de Apoyo para la Creación y Consolidación del Empleo Productivo en el estado de Nuevo León (FOCRECE). <http://nl-gob.mx/?P=focrece>

Gobierno del Estado de Nuevo León. <http://www.nl.gob.mx>

LaCalle Calderón, M. (2002). “Microcréditos. De pobres a microempresarios”, Editado por Ariel social, Madrid (España).

Mungaray Lagarda, A., Osuna Millán, J. G., Ramírez Urquidy, M., Ramírez Angulo, N., & Escamilla Díaz, A. (2015). Emprendimientos de micro y pequeñas empresas mexicanas en un escenario local de crisis económica: El caso de Baja California, 2008-2011. *Frontera Norte*, 27(53), 115-146.

Padilla-Pérez, R., & Fenton Ontañón, R. (2013). Financiamiento de la banca comercial para las micro, pequeñas y medianas empresas en México. *Revista De La CEPAL*, (111), 7-21.

Plan Nacional de Desarrollo 2013 - 2018, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 20 de Mayo de 2013.

Pavón, L. (2010). *Financiamiento a las microempresas y las pymes en México (2000-2009)*. Cepal.

Sánchez, J. J., Osorio, J., & Baena, E. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las Pymes en Colombia. *Scientia et Technica*, 1(34).

Secretaría de Economía. <http://www.economía.gob.mx>

Secretaría de Economía. Recuperado de: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

Torres Gastelú, C. A. (2012). La participación de las grandes cadenas de supermercados en las redes de comercialización de los pequeños productores. *Nueva Antropología: Revista De Ciencias Sociales*, 25(77), 109-132.

Valenzuela, R. L. (2009). El financiamiento a las Pymes en México: La experiencia reciente. *Economía, UNAM*, 6(017).

Vera Muñoz, G. (2012). Capital social y empresa rural, una visión regional desde México: el caso de una empresa productora de chía orgánica. *Nueva Antropología: Revista De Ciencias Sociales*, 25(77), 15-30.



ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS SOCIEDADES FINANCIERAS DE OBJETO MÚLTIPLE Y LAS SOCIEDADES FINANCIERAS POPULARES.

*C.P. Ramiro H. Guerra Guerra
Universidad Autónoma de Nuevo León
Ave. Universidad S/N,
Ciudad Universitaria,
San Nicolás de los Garza, N. L.
cpramiroguerra@hotmail.com
Mexicano*

*M.R.H. José Luis Valdez Espinoza
Universidad Autónoma de Nuevo León
Ave. Universidad S/N,
Ciudad Universitaria,
San Nicolás de los Garza, N. L.
jose.valdeze@uanl.mx
Mexicano*

*M.A.E. Horacio Bernal García
Universidad Autónoma de Nuevo León
Ave. Universidad S/N,
Ciudad Universitaria,
San Nicolás de los Garza, N. L.
horaciobernalg@hotmail.com
Mexicano*

*C.P. Mario G. Guerra Frías
Universidad Autónoma de Nuevo León
Ave. Universidad S/N,
Ciudad Universitaria,
San Nicolás de los Garza, N. L.
mario.guerraf@uanl.mx
Mexicano*

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 12/Mayo/2015

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como propósito describir a las SOFOMES y las SOFIPOS por medio del análisis crítico de investigaciones y publicaciones periódicas. En este sentido el presente trabajo se plantea como una investigación de enfoque cualitativo de tipo investigación documental. Es un estudio de caso ya que explora y explica los problemas de este tipo de organizaciones, así como los factores de riesgo para los ahorradores e inversionistas.

Palabras Clave

SOFOMES, SOFIPOS, SOFOLES

Introducción

En la actualidad y en virtud del fraude cometido a los ahorradores de FICREA, una Sociedad Financiera Popular (SOFIPO) establecida en el distrito federal, diputados y senadores acordaron integrar un grupo de trabajo para elaborar una iniciativa de reforma a la Ley de Ahorro y Crédito Popular a fin de prevenir fraudes futuros en este tipo de entidades financieras. Es evidente que en este caso y muchos otros la autoridad correspondiente ha carecido de instrumentos de regulación de las actividades de estas instituciones.

Con las reformas a la ley anteriormente mencionada, se pretende robustecer las facultades de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) para decretar la intervención de las SOFIPO y supervisar directamente a estas entidades, que hasta ahora eran vigiladas por sus propias federaciones. A partir de esta modificación a la ley, la CNBV será absolutamente responsable por posibles fraudes que cometan estas organizaciones en perjuicio de sus ahorradores (Luna, 2015).

La llamada ley FICREA, es decir, la iniciativa de reforma a la actual norma de ahorro y crédito popular, limitará los niveles de crédito para los usuarios, además los legisladores proponen con la nueva ley la desaparición de las sociedades financieras comunitarias que tendrán hasta el 31 de Julio del 2016 para solicitar ante la CNBV la autorización para operar y organizarse como SOFIPO. Con la nueva reglamentación, las SOFIPO ya no tendrán supervisión auxiliar de órganos intermedios como era el caso de las federaciones. La CNBV deberá realizar una supervisión directa a las SOFIPO y sin intermediarios.

Otra de las propuestas es la reducción del monto de ahorro. A partir de la nueva ley, la inversión de personas físicas en las SOFIPO estaría limitada a \$1, 000,000.00 de pesos y a \$5, 000,000.00 en el caso de personas morales, buscando con esto la disminución del riesgo para los ahorradores. La iniciativa de Ley establece que el seguro de depósito no se modifica, manteniéndose en \$132,000.00 aproximadamente, siendo estos recursos concentrados en el fondo de ahorro popular y al cabo de 24 meses, cuando entre la ley en vigor, será administrada por el Instituto para la Protección del Ahorro Bancario (IPAB) (Álvarez, 2015).

Justificación y relevancia del estudio

Considerando la problemática que las SOFOM y las SOFIPO generan en perjuicio de los ahorradores e inversionistas, se considera necesario y relevante realizar una investigación de este tipo de organizaciones sociales, con el fin de hacer un análisis crítico de las mismas y difundir los resultados encontrados.

Propósito del estudio

Tomando en cuenta lo anterior, este proyecto de investigación se propone describir las SOFOME y las SOFIPO por medio de una revisión documental de investigaciones y publicaciones periódicas para extraer datos relevantes que den a conocer el estado actual, determinar perspectivas y tendencias de estas organizaciones.

Preguntas de Investigación

Para lograr el propósito planteado, se formula el siguiente cuestionamiento: ¿Qué son las SOFOM y las SOFIPO? ¿Cuáles son sus inicios? ¿Qué ventajas y desventajas tiene cada una de ellas? ¿Cuántas organizaciones de este tipo hay en México? ¿Cuáles son los

factores de riesgo para los ahorradores? ¿Qué se visualiza en el futuro para estas organizaciones?

Objetivo General de la Investigación

Describir las SOFOM y las SOFIPO, sus ventajas, desventajas, los beneficios y riesgos para los ahorradores e inversionistas, así como el futuro para este tipo de organizaciones.

Marco teórico

Antecedentes

El 1º de Septiembre del 1982, el presidente del país José López Portillo, nacionaliza la banca privada argumentando la práctica de operaciones de dudosa legalidad por parte de la mayoría de los bancos existentes en esa época. Esto permitió un gran desarrollo de instituciones no bancarias como arrendadoras financieras, casas de bolsa, empresas de factoraje financiero, uniones de crédito, quienes aprovecharon la desconfianza del público ahorrador hacia la nueva banca gubernamental. Posteriormente a principios de la década de los 90s siendo presidente de la Republica Mexicana Carlos Salinas de Gortari, reprivatizo la Banca, estableciendo los siguientes objetivos:

- Conformar un Sistema Financiero más eficiente y competitivo
- Garantizar una participación diversificada plural en el capital
- Buscar la descentralización y el arraigo regional de las instituciones
- Propiciar las sanas prácticas Financieras y Bancarias

Las Sociedades Financieras de Objeto Limitado (SOFOL) surgieron en 1993 como resultado del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, ya que en las

mesas de negociaciones se tocaba el tema de crear en México intermediarios financieros de propósito único, o de objeto limitado como los ya existentes en Estados Unidos (Nonbank banks), con el objetivo de involucrarlos en el esquema y programa de apertura del sector financiero, quedando sujetas a la normativa de la Ley de Instituciones de Crédito.

“Las SOFOL eran entidades autorizadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) que sólo podían otorgar créditos para una determinada actividad o sector y sólo podían captar indirectamente recursos del público, mediante la colocación de instrumentos inscritos en el Registro Nacional de Valores.

Las SOFOL dejaron de ser entidades reguladas y por tanto no son supervisadas por la CNBV a partir del 18 de julio de 2013, fecha en la que se derogaron los apartados de la Ley que les dio origen” (Comisión Nacional Bancaria y de Valores, 2013).

Las SOFOL eran entidades financieras autorizadas por la SHCP, sujetas a la inspección y vigilancia de la CNBV, que tenían por objeto captar recursos provenientes de la colocación de instrumentos inscritos en el Registro Nacional de Valores y otorgar créditos para determinada actividad o sector.

En 1995, como resultado de una crisis que nació con el legendario “error de diciembre”, el sistema financiero mexicano se colapsó, provocando que se agotaran las fuentes tradicionales de crédito y que prácticamente todos los bancos tuvieran que ser rescatados por el gobierno. Parecía definitivo; no había crédito, estaban destrozadas las instituciones financieras que podían restablecerlo, el mercado financiero precariamente sobrevivía y todo parecía indicar que no había nada que pudiera revertir este proceso.

“Es en ese escenario que empieza la increíble historia de éxito de las SOFOL, una figura nacida apenas un par de años antes, como parte de las negociaciones que dieron como resultado el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá. Estas empresas nacieron con el único objetivo de otorgar créditos en sectores muy específicos, con la limitación de no poder captar ahorro, de modo

que para poder otorgar préstamos dependían de sus tesorerías, de la banca de desarrollo o del mercado financiero.

No fue una labor fácil, pero en medio de un escenario muy complicado, se convirtieron gradualmente en la única opción de crédito viva, atendiendo a una serie de sectores productivos y a millones de familias, tomando un papel que históricamente había correspondido a la banca. Entre los años 1995 y 2000, las SOFOL se convirtieron en el motor del país, mientras que la banca, que en ese periodo no prestaba, dejó de ser nacional, para pasar a manos de extranjeros” (Urbano, 2009, p. 3).

En el mes de Julio de 2006, derivado de las reformas a diversos ordenamientos jurídicos publicados en el Diario Oficial de la Federación del 18 de Julio del mismo año, mediante las cuales se crea la figura de Sociedad Financiera de Objetivo Múltiple (SOFOM), por lo que las SOFOL, empresas de factoraje y arrendadoras tendrían hasta el 18 de Julio de 2013 para transformarse en SOFOM, en un banco o desaparecer.

Las SOFOM no requieren autorización del Gobierno Federal para operar y pueden ser no reguladas, salvo que mantengan vínculos patrimoniales con instituciones de crédito o sociedades controladoras de grupos financieros de los que formen parte instituciones de crédito (SOFOM regulada), conforme a lo establecido en el artículo 87-B de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito y pueden realizar operaciones de arrendamiento financiero, factoraje financiero y crédito. A continuación se explican cada una de ellas.

SOFOM Regulada (ER)

Son SOFOMES reguladas aquellas que mantienen vínculos patrimoniales con Instituciones de Crédito o Sociedades Controladoras de Grupos Financieros de los que formen parte instituciones de Crédito. Estas sociedades deberán agregar a su denominación social la expresión "sociedad financiera de objeto múltiple" o su acrónimo "SOFOM",

seguido de las palabras "entidad regulada" o su abreviatura "E.R.". Las sociedades financieras de objeto múltiple reguladas estarán sujetas a la supervisión de la CNBV. (Tercer párrafo del Artículo 87-B de la LGOAAC). Actualmente existen 27 SOFOMES reguladas.

SOFOM no Regulada (ENR)

Son aquellas en cuyo capital NO participan Instituciones de Crédito o Sociedades Controladoras de Grupos Financieros de los que formen parte instituciones de Crédito. Estas sociedades deberán agregar a su denominación social la expresión "sociedad financiera de objeto múltiple" o su acrónimo "SOFOM", seguido de las palabras "entidad no regulada" o su abreviatura "E.N.R.". Las SOFOM no reguladas no estarán sujetas a la supervisión de la CNBV.

(Cuarto párrafo del Artículo 87-B de la LGOAAC)

Por otra parte, con el fin de atender cierto mercado se crean las SOFIPO que son entidades de microfinanzas, constituidas como Sociedades Anónimas de Capital Variable, que operan mediante la autorización de la CNBV.

Las SOFIPO están facultadas para prestar servicios tanto a sus socios como a sus clientes, en los términos de la Ley de Ahorro y Crédito Popular. Actualmente se encuentran autorizadas 44 SOFIPO y entre otras actividades pueden realizar las siguientes:

- Recibir depósitos
- Recibir préstamos y créditos de bancos, fideicomisos públicos y organismos internacionales, afores, aseguradoras y afianzadoras, entre otros.
- Expedir y operar tarjetas de débito y recargables.
- Otorgar préstamos a sus Clientes.

- Recibir o emitir órdenes de pago y transferencias.
- Recibir pagos de servicios por cuenta de terceros.
- Realizar la compra-venta de divisas en ventanilla por cuenta de terceros o propia.
- Distribuir seguros y fianzas, así como recursos de programas gubernamentales.

Las SOFIPO y las Sociedades Financieras Comunitarias estarán sujetas a la supervisión de la CNBV, la que tendrá todas las facultades que en materia de inspección y vigilancia le confieren las Leyes aplicables. Estas facultades podrán ser ejercidas directamente por la Comisión y de manera auxiliar por las Federaciones, las cuales se constituyen exclusivamente con la agrupación voluntaria de las SOFIPO; y son autorizadas y supervisadas por la Comisión.

Las Federaciones son instituciones de interés público, con personalidad jurídica y patrimonio propios, pueden adoptar cualquier naturaleza jurídica, siempre que no tenga fines lucrativos. Las actividades de las Federaciones son las propias de su objeto y se abstendrán de realizar actividades políticas partidistas. Las Federaciones no podrán afiliarse a personas físicas, ni realizar operaciones con el público directamente o por interpósita persona.

La normatividad a la que están sujetas las SOFIPO son las siguientes:

- Ley de Ahorro y Crédito Popular
- Disposiciones de Carácter General aplicables a las Entidades de Ahorro y Crédito Popular y Organismos de Integración a que se refiere la Ley de Ahorro y Crédito Popular
- Ley General de Sociedades Mercantiles
- Ley de la CNBV

- Reglamento de Supervisión de la CNBV
- Ley para Regular las Sociedades de Información Crediticia
- Reglas Generales a que se refiere la Ley de Transparencia y de Fomento a la Competencia en el Crédito Garantizado que emite la SHCP
- Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros
- Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros
- Código de Comercio
- Código Civil Federal
- Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito
- Disposiciones de Carácter General a que se refiere el artículo 124 de la Ley de Ahorro y Crédito Popular

Comparación entre SOFOMES y SOFIPOS

Ventajas de las SOFOM. Éstas “cumplen una función muy importante ya que han permitido ampliar la penetración del crédito en el país y han ayudado a financiar aquellos sectores productivos que no eran atendidos por la banca tradicional” (Grupo Financiero IXE, 2009, p.2).

Al ser entidad de objeto múltiple pueden atender créditos en diversas actividades como son: agro industrias, automotriz, crédito personal, crédito hipotecario, transporte, operación de tarjetas de crédito, proyectos públicos, arrendamiento financiero y factoraje financiero. Al atender a diversos sectores, alientan la competencia crediticia, constituyendo mayores opciones para los clientes.

Al ser consideradas como entidades financieras, sus estados de cuenta certificados tienen el carácter de títulos ejecutivos, y de esta manera, un juez puede dictar un embargo del colateral a favor de la entidad financiera sin esperar una sentencia en firme.

De acuerdo a lo establecido en el Código Civil Federal y los Códigos Civiles Estatales, las entidades financieras pueden ceder los derechos de créditos con garantía hipotecaria a otro intermediario sin necesidad de notificación al deudor, ni de escritura pública, ni de inscripción ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio. Facilitándose así la venta de cartera hipotecaria y el proceso de bursatilización de las mismas por parte de las SOFOM a un costo no tan excesivo.

Desventajas de las SOFOM. No captan recursos del público de manera directa, únicamente pueden emitir títulos de crédito para su colocación entre el público inversionista. Las SOFOM que no pertenecen a un grupo financiero tienen en la actualidad mercados bursátiles cerrados por lo que no han logrado reunir fuentes de fondeo, y el único camino que les queda son los préstamos que les otorga la banca de desarrollo. Las SOFOM E.N.R. no son monitoreadas por la comisión nacional de valores, por lo cual han perdido confianza y legitimidad ante el público inversionista.

Ventajas de las SOFIPO. Proporcionan micro créditos ajustados a las características de los clientes, el mercado, a la región geográfica y al riesgo que presentan. Proporcionan servicios financieros a personas de bajos ingresos, ofreciéndoles la oportunidad de mantener en forma segura sus ahorros. Fortalecen el esquema de supervisión auxiliar. Tienen acceso a operaciones de arrendamiento y factoraje financiero. Ofrecen capacitación en el análisis de proyectos de inversión. Proporcionan asistencia técnica para proyectos de comercialización.

Desventajas de las SOFIPO. Ofrecen tasas de rendimiento muy superiores a las tasas del mercado, representando con esto un alto riesgo. El fondo de protección de estas entidades para los ahorradores asciende a 25,000 UDIS, equivalentes en la actualidad a aproximadamente \$132,000.00 insuficiente en la mayoría de los casos. Este tipo de entidades financieras no está supervisado directamente por la CNBV si no a través de federaciones que actúan como auxiliares de la comisión, de conformidad con la ley de ahorro y crédito popular. Se estima que la mayoría de estas instituciones no tienen suficientes reservas sobre su cartera existente.

Padrón de sociedades financieras populares

En la Tabla 1 se muestra el padrón de las SOFIPO por entidad federativa. En la Tabla 2 se muestran las Federaciones. No se incluye la SOFIPO FICREA, en virtud de estar suspendida e intervenida por la CNBV por fraude en perjuicio de más de 6,000 ahorradores.

Es importante destacar que las 44 (cuarenta y cuatro) SOFIPOS que existen en la actualidad se encuentran establecidas en 17 estados de la república que son los que se detallan en la tabla 3 y se muestran en la figura 1. Los estados no listados, carecen de SOFIPOS establecidas. Existe una gran concentración de estas entidades financieras en el D.F. ya que el 36% están ubicadas en ese lugar.

Existen 34 SOFOMES E.R. cuyo listado se presenta en la tabla 4. En cuanto a las SOFOMES, E.N.R. según datos de la periodista Jessica Becerra (Becerra, 2015) En la actualidad están en operación 3,439 SOFOMES, de las cuales 625 ya se transformaron en Sociedades Anónimas (S.A.), así que ya no están obligadas a reportar ni a consultar operaciones en el buro de crédito, tampoco deberán cumplir con la regulación anti-lavado.

Tabla 1.
Las SOFIPO por entidad federativa

Estado	SOFIPOS
Baja California Sur	Opciones Empresariales del Noreste, S.A. de C.V.
Chiapas	Solución ASEA, S.A. de C.V.
Chihuahua	AKALA, S.A. de C.V.
Distrito Federal	UNAGRA, S.A. de C.V.
	Fincomún, Servicios Financieros, S.A. de C.V.
	Financiera Mexicana para el Desarrollo, S.A. de C.V.
	Te Creemos, S.A. de C.V.
	Alta Servicios Financieros, S.A. de C.V.
	Tepadi, S.A. de C.V.
	Financiera Auxi, S.A. de C.V.
	Financiera del Sector Social, S.A. de C.V.
	Financiera Planfia, S.A. de C.V.
	Consejo de Asistencia al Micro Emprendedor, S.A. de C.V.
	Sociedad Financiera Agropecuaria de Ahorro y Crédito Rural, S.A. de C.V.
	De Vida Hipotecaria, S.A. de C.V.
	Capital de Inversión Oportuno en México, S.A. de C.V.
	KU-BO Financiero, S.A. de C.V.
	Financiera Sustentable de México, S.A. de C.V.
	Sociedad de Alternativas Económicas, S.A. de C.V.
Estado de México	BATOAMIGO, S.A. de C.V.
Guanajuato	Operadora de Recursos Reforma, S.A. de C.V.
	Caja Progressa, S.A. de C.V.
	Mascaja, S.A. de C.V.
	Pago Seguro Creando Futuro, S.A. de C.V.
Jalisco	Financiera Tamazula, S.A. de C.V.

	Sociedad de Ahorro y Crédito La Paz, S.A. de C.V.
	Proyecto Coincidir, S.A. de C.V.
	Operaciones de tu lado, S.A. de C.V.
Michoacán	J.P. Sofiexpress, S.A. de C.V.
Nuevo León	Sociedad Financiera de Crédito Popular, S.A. de C.V.
	Únete Financiera de Allende, S.A. de C.V.
Oaxaca	Servicios Financieros Alternativos, S.A. de C.V.
	Acción y Evolución, S.A. de C.V.
	Impulso para el Desarrollo de México, S.A. de C.V.
Puebla	Financiera Súmate, S.A. de C.V.
	La Perseverancia del Valle de Tehuacán, S.A. de C.V.
Querétaro	Libertad Servicios Financieros, S.A. de C.V.
	Administradora de Caja Bienestar, S.A. de C.V.
	Caja de la Sierra Gorda, S.A. de C.V.
San Luis Potosí	Multiplica México, S.A. de C.V.
Sinaloa	Apoyo Múltiple, S.A. de C.V.
Sonora	Capital Activo, S.A. de C.V.
Tabasco	Financiera Sofitab, S.A. de C.V.
Veracruz	Financiera T. Agiliza, S.A. de C.V.

Nota: Creación propia en la agrupación por estados basada en: <http://www.cnbv.gob.mx>

Tabla 2.
Federaciones

Estado	Federación
Querétaro	FINE Servicios, S.C.
	Federación Victoria Popular, S.C.
Oaxaca	Federación Atlántico Pacífico del Sector de Ahorro y Crédito Popular A.C.
Distrito Federal	Federación de Instituciones de Organismos Financieros Rurales, A.C.
Guanajuato	Federación Fortaleza Social, A.C.
	Federación Mexicana de Desarrollo, A.C.

Nota: Obtenida de: <http://www.cnbv.gob.mx>

Tabla 3.
Distribución de SOFIPOS en la República Mexicana

Estado	Cantidad
Baja California Sur	1
Chiapas	1
Chihuahua	1
D.F.	16
Estado de México	1
Guanajuato	4
Jalisco	4
Michoacan	1
Nuevo León	2
Oaxaca	3
Puebla	2
Queretaro	3
San Luis Potosí	1
Sinaloa	1
Sonora	1
Tabasco	1
Veracruz	1
Total	44

Nota: Creación propia en la agrupación por estados basada en: <http://www.cnbv.gob.mx>

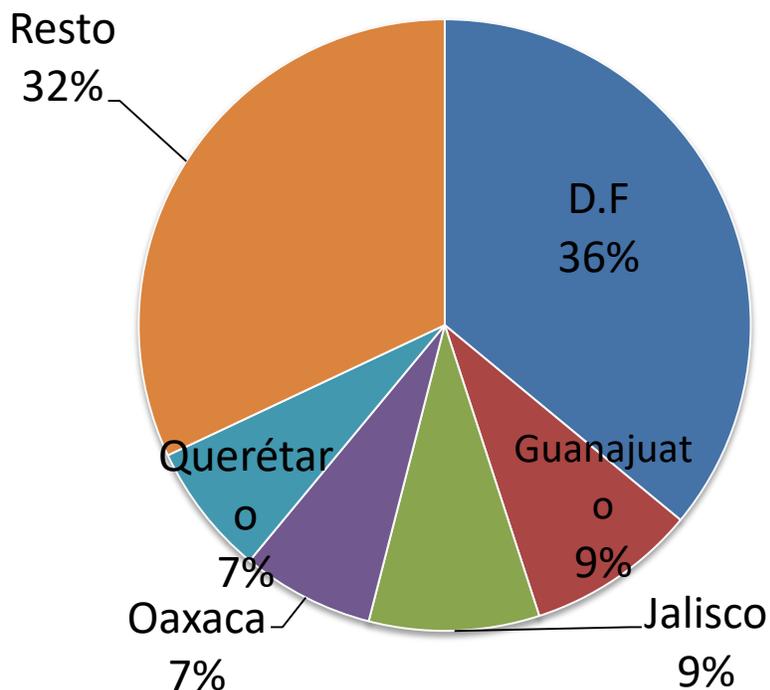


Figura 1. Distribución de SOFIPOS

Nota: Creación propia en la agrupación por estados basada en: <http://www.cnbv.gob.mx>

Tabla 4.
Relación de SOFOMES E.R.

No.	SOFOM E.R.
1	Globalcard, S.A. de C.V.
2	Navistar Financiam, S.A. de C.V.
3	Operadora De Servicios Mega, S.A. de C.V.
4	Crédito Real, S.A. de C.V.
5	Nr Finance México, S.A. de C.V.
6	Mercader Financiam, S.A. de C.V.
7	Comercios Afiliados, S.A. de C.V.
8	Crédito Familiar, S.A. de C.V.
9	Finanmadrid México, S.A. de C.V.

- 10 Opcipres, S.A. de C.V.
- 11 Financiera Banregio, S.A. de C.V.
- 12 CF Credit Services, S.A. de C.V.
- 13 Santander Hipotecario, S.A. de C.V.
- 14 Grameen Carso, S.A. de C.V.
- 15 Banorte Ixe Tarjetas, S.A. de C.V.
- 16 Servicios Financieros Soriana, S.A.P.I. de C.V.
- 17 Santander Consumo, S.A. de C.V.
- 18 Financiera Ayudamos, S.A. de C.V.
- 19 Consupago, S.A. de C.V.
- 20 Solida Administradora De Portafolios, S.A. de C.V.
- 21 Sociedad Financiera Inbursa, S.A. de C.V.
- 22 Banregio Soluciones Financieras, S.A. de C.V.
- 23 Financiera Bajio, S.A. de C.V.
- 24 Tarjetas Banamex, S.A. de C.V.
- 25 Metrofinancieras, S.A.P.I. de C.V.
- 26 Hipotecaria Nacional, S.A. de C.V.
- 27 Santander Vivienda, S.A. de C.V.
- 28 Mifel, S.A. de C.V.
- 29 Factoraje Afirme, S.A. de C.V.
- 30 Arrendadora Banamex, S.A. de C.V.
- 31 Arrendadora y Factor Banorte, S.A. de C.V.
- 32 Arrendadora Afirme, S.A. de C.V.
- 33 Af Banregio, S.A. de C.V.
- 34 Arrendadora Ve Por Más, S.A. de C.V.

Factores de riesgo para los ahorradores e inversionistas

En el caso de las SOFOMES, E.R. que están vinculadas a grupos financieros, su panorama de fondeos parece estar solucionado ya que su financiamiento a través de la emisión de valores de deuda a su cargo, inscritos en el Registro Nacional de Valores y respaldados por la trayectoria y prestigio del Grupo Financiero al que pertenecen, otorgan cierta seguridad a los inversionistas adquirientes de los valores emitidos por este tipo de entidades financieras.

Algunas SOFOMES no reguladas que son emisoras del Mercado de Valores podrán considerarse de conformidad con diversas reformas en materia financiera presentadas el año 2013 donde se propuso modificar el marco regulatorio aplicable a las SOFOMES, como entidades reguladas. Para el caso de las SOFOMES E.N.R., los inversionistas que adquieran valores emitidos por estas entidades financieras, si existe el riesgo común para este tipo de instituciones. Resulta obvio pensar que las emisiones reflejen sus estados financieros, sin embargo la mayoría de las SOFOMES E.N.R. autorizadas no operan debido principalmente a que no han logrado reunir fuentes de fondeo.

Por lo que respecta a las Sociedades Financieras Populares, estas generalmente pagan mayores intereses a los ahorradores y cobran igualmente intereses altos a los usuarios de crédito, llegan a cobrar por préstamos concedidos a tasas de interés anuales superiores al 35%, sin embargo los bancos comerciales en créditos de tarjeta de crédito cobran intereses de aproximadamente de una tasa del 43%.

Sin duda las SOFIPOS son ahora una competencia desleal de la banca tradicional, desde luego con gran riesgo para el ahorrador de este tipo de entidades financieras porque

actúan como un “banquito” sin someterse a los requisitos y regulaciones de la banca comercial.

Método

El proyecto se plantea como un trabajo de enfoque cualitativo de tipo investigación documental informativa (expositiva) ya que se pretende dar una panorámica de información relevante obtenida de diversas fuentes confiables sobre el tema (Montemayor, García y Garza, 2003). Es una investigación de estudio de caso, ya que explora y/o explica los problemas intrínsecos de un caso particular (Creswell, 2003), como son las SOFOM y las SOFIPO. Por ser un estudio cualitativo, las hipótesis no se establecen antes de ingresar en el ambiente y comenzar la recolección de datos (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Metodología propuesta

El modelo propuesto se realizó bajo la siguiente metodología: 1) Identificar investigaciones científicas respecto al tema de estudio; 2) Revisar de manera sistemática publicaciones periódicas actualizadas (revistas, periódicos, noticias, etc.); 3) Analizar la información agrupando conceptos; 4) Presentar resultados; 5) Elaborar informe de investigación.

Resultados

Como fue descrito, este proyecto de investigación representa el esfuerzo por explorar el estado actual de las SOFOM y las SOFIPO, sus ventajas y desventajas, así como el riesgo que éstas representan para los ahorradores e inversionistas.

Conclusiones

A pesar de que se están promulgando leyes que regulen a las SOFOM y las SOFIPO, es necesario que se realice un seguimiento más detallado y se minimice el riesgo para los ahorradores e inversionistas, ya que este tipo de organizaciones ayudan a la economía del país, pero a costa de que muchas personas físicas y/o morales pierdan su patrimonio.

Referencias

- Álvarez, S. (16 de Abril del 2015). 6 claves sobre la “Ley Ficrea”. *CNNExpansión*. Recuperado de: <http://www.cnnexpansion.com/mi-dinero/2015/04/16/6-puntos-que-debes-saber-sobre-la-ley-ficrea>.
- Becerra, J. (13 de Abril del 2015). Rehúyen a vigilancia cientos de Sofomes. *El Norte* pp. 17.
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2013). Definición del Sector. Recuperado de: <http://www.cnbv.gob.mx/SECTORES-SUPERVISADOS/OTROS-SUPERVISADOS/Descripci%C3%B3n-del-Sector/Paginas/default.aspx>
- Creswell, J. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: Sage.
- Grupo Financiero IXE. (2009). *SOFOLLES/SOFOMES enfrentando la tormenta*. 2T09. Recuperado de <https://www.yumpu.com/fr/document/view/35065169/sofoles-sofomes-ixe>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a. ed.). Distrito Federal, México: McGraw-Hill.
- Luna, C. (23 de Abril del 2015). “Ley Ficrea” alinea a financieras rurales. *CNNExpansión*. Recuperado de: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2015/04/22/ley-ficrea-alinea-a-financieras-rurales>
- Montemayor, M., García, M. y Garza, Y. (2003). *Guía para la investigación documental*. Distrito Federal, México: Trillas.
- Urbano, H. (2009). Sofoles y sofomes, otra vez la esperanza. *El economista, opinión y análisis*. Recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/notas-impreso/columnas/vivienda/2009/02/25/sofoles-sofomes-otra-vez-esperanza>



EN TIEMPOS DE CAMBIO UNA LUZ PARA LOS EMPRESARIOS

*Carlos F. Chaves C.
Manuel A. Paz S*

Fecha de envío: 22/Abril/2015

Fecha de aceptación: 07/Mayo/2015

RESUMEN

En este artículo se presentan los resultados obtenidos al desarrollar el proyecto de investigación para constituir el Consultorio Contable Lumen Gentium Unicatólica con Sentido Social.

La creación del consultorio se proyecta como el espacio ideal que permite en tiempo real confrontar la realidad empresarial y la praxis. Este ambiente ofrece al estudiante un escenario real, pues atrae a los empresarios en busca de una posible solución a sus problemas, permitiendo que ambos grupos de interés interactúen bajo la asesoría de los docentes competentes, contribuyendo con los estudiantes de Contaduría Pública para formarlos como profesionales competitivos para los exigentes mercados laborales.

El método utilizado en este estudio fue descriptivo, cuantitativo y transversal. Se aplicó un instrumento tipo Pretest a un grupo de empresas de la comuna 18 en la ciudad de Cali – Colombia. Su aplicación buscó el determinar los niveles de formalidad, legalidad, contabilidad, administración general, entre otros. Se concluyó que un gran porcentaje de las empresas encuestadas durante su existencia alguna vez han legalizado su situación comercial ante las entidades oficiales.

Summary

In this article describes the results obtained in developing the research project to be the Accounting Office Lumen Gentium Unicatólica with a Social Sense is presented.

The creation of the office is projected as the ideal space that allows real-time business confront reality and praxis. This environment offers students a real scenario, it attracts entrepreneurs looking for a possible solution to their problems, allowing both stakeholders interact with the advice of competent teachers, contributing Public Accounting students to be trained as professionals for demanding competitive labor markets.

The method used in this study was descriptive, quantitative and transversal. One Pretest type instrument was administered to a group of companies in the district 18 in Cali city - Colombia. Its application sought to determine levels of formality, legal, accounting, general administration, among others. It was concluded that a large percentage of companies surveyed during its existence ever have legalized commercial situation with government entities.

Palabras clave: Consultorio, Contabilidad, Asesoría, Mipymes, Semilleros.

Keywords: Office, Accounting, Consulting, MSMEs, Seed.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas Colombia ha venido experimentando un notable crecimiento económico, basado en las políticas de desarrollo nacional, como lo son los aumentos en el comercio internacional y la integración con otras naciones a través de tratados de libre comercio. Estos tratados permiten la globalización de los mercados produciendo la apertura comercial y financiera accediendo a nuevos mercados en el resto del mundo, incrementando el ingreso de divisas, los flujos de inversión externa hacia el país y de bienes o servicios de exportación o importación. Esto último amenaza a los comerciantes nacionales pues abre la posibilidad que las grandes multinacionales ingresen bienes a bajos precios; también permite la libre circulación de mano de obra calificada a través de servicios, permitiendo el tráfico de conocimiento y de innovación, situación que afecta de manera directa el mercado laboral nacional, como agravante para las naciones en vías de desarrollo.

Esto obliga a los países a diseñar estrategias que permitan incrementar la cualificación de sus trabajadores, obligándolos a hacer inversiones que impulsen la investigación, el desarrollo y mejorar la calidad de su capital humano.

Las instituciones universitarias como formadoras del conocimiento están comprometidas en revisar la forma y la calidad como están desarrollando sus currículos, además deben idear otras estrategias académicas que produzcan cambios innovadores para desarrollar los procesos de aprendizaje para lograr una formación competitiva e integral, que a su vez

concientice al estudiante a tener una visión retadora ante un mundo constantemente dinamizado.

La modernidad demanda profesionales con un alto nivel de desempeño, manejo adecuado de conocimientos, saberes y competencias. La Unicatólica está comprometida con esta formación de alta calidad en sus estudiantes, por lo que ha diseñado estrategias académicas encaminadas a desarrollar habilidades pertinentes que les permitan desempeñarse en un medio laboral altamente competitivo. Esta realidad afecta tanto a los estudiantes como a los empresarios, por lo cual la Universidad toma como alternativa académica el crear El Consultorio Contable Lumen Gentium Unicatólica Con Sentido Social, como el espacio académico en el cual se busca dar solución a las problemáticas actuales tanto para la formación integral de su comunidad estudiantil de Contaduría, propendiendo la investigación, la asesoría, la consultoría, el desarrollo de proyectos con carácter formativo, y el trabajo en equipo, bajo la tutela de docentes especializados.

La creación del Consultorio Contable brinda nuevas propuestas pedagógicas que fortalecen la formación académica integral en los estudiantes mientras se le brinda una respuesta positiva con sentido social a las problemáticas de los empresarios y se responde a sus necesidades, ofreciéndoles un completo portafolio de servicios, que cubren los requerimientos de información, apoyo y asesoría a las empresas de la comuna 18.

El problema se fundamentó en conocer cuáles son las condiciones de legalidad comercial, contables, tributarias y laborales que presentan las micros y pequeñas empresas que desarrollan actividades mercantiles en las áreas comerciales.

¿Cuáles son las condiciones de formalidad, jurídicas, contables y tributarias a las que se enfrentan las empresas que actualmente desarrollan actividades?

El consultorio responde de manera ideal al problema que tienen los estudiantes: el poner en práctica los conocimientos que han adquirido durante su formación profesional. Por lo que formar el Semillero de Investigación Estratégico Contable (SIESCO), es una respuesta para estimular el espíritu investigativo, la formación integral y el trabajo en equipo, guiando al futuro Contador dentro del marco que exige la técnica, la teoría contable, la práctica, los principios y la ética de la profesión, de tal forma que puedan desempeñarse según las necesidades del mercado laboral.

Consultorio Contable Unicatólica

El Consultorio Contable Unicatólica está adscrito al programa de Contaduría Pública perteneciente a la Facultad Ciencias Empresariales. Además el apoyo que le brinda la universidad al desarrollo de este proyecto se encuentra adosado a su misión, y forma parte

del compromiso social: “contribuir con el desarrollo integral de la persona y de la sociedad”.

La Unicatólica constituye el consultorio con un sentido académico buscando que los profesionales y egresados de la institución alcancen el nivel adecuado de formación, mientras se brindan asesorías profesionales especializadas con trabajos de calidad para dar solución a la problemática de las empresas.

Las asesorías comerciales, contables, tributarias, laborales, controles y revisorías fiscales, administrativas, costos, análisis de estados financieros, diagnósticos financieros para tramitación de créditos, entre otras, son gratuitas y se ejecutan determinando, planteando el problema y emitiendo las posibles soluciones por parte del equipo de trabajo, constituido por el docente especializado y los estudiantes; según sea el caso del empresario.

Cabe citar que de un tiempo para acá algunas de las Universidades de la región han creado su propio Consultorio Contable como un factor misional, visualizando este espacio como una alternativa importante para reforzar el conocimiento del estudiantado y enriquecer la cátedra académica.

Revisión de la Literatura

Condiciones legales

Constitución Política de Colombia de 1991 Artículo 67- promulga la educación como un derecho y como un servicio público con funciones sociales.

Artículo 69- Brinda autonomía universitaria y obliga al estado a sentar las condiciones que fortalezcan y desarrollen las investigaciones en las universidades oficiales como privadas.

Ley 30 de 1992

Artículo 6-

Responsabilidad de brindar enseñanza de calidad supervisado por el estado. 1- El compromiso social de brindar formación integral explorando otras técnicas de formación académicas.

2- El crear espacios pedagógicos para la integración del profesional, la investigación y el servicio social.

Ley 115 de 1994

Artículo 73- Brindar formación integral Se obliga a crear estrategias educativas a través de proyectos educativos institucionales.

Decreto 2566 de 2003 Determina las condiciones mínimas de calidad y requisitos al ofrecer y desarrollar los programas académicos universitarios

Concepto de consultoría

Consultoría es la prestación de servicios profesionales donde se realiza transferencia de conocimientos teóricos y prácticos.

La Contabilidad

Fernando Boter Maupi (1923) Es la ciencia que coordina y dispone en los libros adecuados, las anotaciones de las operaciones, efectuadas por una empresa mercantil, con el objeto de poder conocer la situación de dicha empresa, determinar los resultados obtenidos y explicar las causas que han producido estos resultados.

David Himmelblau (1938) Es el lenguaje de los negocios

Decreto 2649 de 1993 Contempla la recopilación de la información, proceso, almacenamiento, teneduría de libros, registro de libros oficiales, preparación y presentación de información financiera, cumpliendo con los PCGA.

Ley 1314 de 2009 La aplicación de los Principios, normas de aseguramiento, como el procedimiento para la expedición, el marco técnico normativo para construir información financiera de calidad, útil para los usuarios en la toma de decisiones, como las autoridades competentes y responsables de vigilar su cumplimiento.

El pensamiento contable

Kuhn, 1971 El nuevo conocimiento contable se origina en paradigmas y estos se basan en “realizaciones científicas universalmente reconocidas, que proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica”.

González, 2005 Las instituciones universitarias deben impulsar y tomar a la investigación como una función constante que permite el desarrollo de las ciencias y las profesiones, y que debe continuar durante toda la vida profesional.

Con dos corrientes de investigación contable: la teórica o disciplinal, donde la contabilidad como proceso investigativo generan nuevos conocimientos enriqueciendo la epistemología. La segunda es la investigación que se origina durante el ejercicio profesional por la práctica social.

La empresa

La empresa es una unidad económica organizada, que desempeña una serie de actividades haciendo uso de recursos financieros, materiales, tecnológicos y humanos, que se requieren para la producción de bienes o servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores, quienes están dispuestos a pagar por estos, pago que se traduce en beneficios tanto para los inversionistas, colaboradores y cumplimiento de la responsabilidad social empresarial.

Registro Mercantil

Código del Comercio

Obligaciones de los comerciantes Artículo 19- de hacer el registro mercantil, la sociedad, la actividad, los libros, conservar la correspondencia y documentos; abstenerse de actos de competencia desleal, entre otros.

Artículo 48- de llevar contabilidad, libros, registros contables, inventarios y estados financieros.

Artículo 53- de elaborar los comprobantes antes de los registros, numerarlos, fecharlos, describir cuantía, mantenerlos al día, entre otros.

Artículo 445- de preparar y presentar estados financieros basados en las normas vigentes, por lo menos una vez al año.

Artículo 450- realizar las partidas necesarias para el deprecio, desvalorización y garantía del patrimonio.

Impuestos

El Estatuto Tributario (artículo 2) determina que las personas jurídicas o naturales que realizan hechos generadores son contribuyentes o responsables del pago del impuesto. Por lo que todas las personas son obligadas al impuesto sobre la renta.

Se debe cobrar el impuesto a las ventas a los bienes o de servicios gravados, como también a la importación de bienes. Además la responsabilidad que existe de actuar como agentes retenedor en lo que concierne al impuestos de Renta, el Cree e IVA.

La obligación que tienen las empresas de liquidar el Impuesto de Industria y Comercio sobre las ventas del periodo correspondiente.

Recursos humanos

La Ley 1429 de 2010, ley de formalización y generación de empleo, tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas, de tal manera que se ofrecen beneficios tributarios y no tributario en la tarifa del registro y renovación mercantil.

Método

Tipo de Investigación

Investigación cuantitativa. Involucra variables matemática expresadas en términos de:

- 1- Formalismo del registro en la cámara de comercio
- 2- Uso de la contabilidad tal como lo establece la ley
- 3- Entre otros.

Investigación descriptiva Describe los niveles de formalización, legalización, teneduría de libros y los estados financieros para la toma de decisiones

Investigación transversal La muestra de población se realizó de manera no aleatoria en un momento en el tiempo.

Técnicas de Análisis

El proyecto se fundamentó en dos variables de estudio, una para medir el grado de formalización por el registro en la cámara de comercio, y la otra, el nivel de uso de la contabilidad como herramienta para la toma de decisiones.

Las técnicas de la investigación para procesar la información fueron cuantitativas porque se expresaron en términos numéricos que se estudian, analizan y explican; y cualitativas porque el estudio persiguió describir las características y comportamientos.

Para el desarrollo de la investigación se propusieron dos hipótesis a comprobar:

H1. Los comerciantes de las Mipymes del sector en su mayoría están constituidos como negocios formales y llevan contabilidad de acuerdo a las normas generalmente aceptadas en Colombia.

H2. Los comerciantes de las Mipymes del sector en su mayoría no están constituidos como negocios formales y no llevan contabilidad de acuerdo a las normas generalmente aceptadas en Colombia

Población Muestra

La población objetivo corresponde a las empresas ubicadas en los barrios Meléndez, Buenos Aires, Caldas y Nápoles de la comuna 18 y que han renovado la matrícula para el 2014 en la Cámara de Comercio, equivalen a 731 empresas, todas pertenecientes al sector privado.

Las empresas que se les aplicó el instrumento se escogieron de manera no aleatoria, por razones de seguridad, proximidad, limitaciones propias del recurso humano y del sector; se tomaron como empresas a quienes desarrollan su actividad en un establecimiento comercial y que exhiben un anuncio que los identifica, no se contempló a los vendedores ambulantes.

DESARROLLO

Los instrumentos fueron validados por pares profesionales y se aplicó una prueba piloto a 10 empresarios logrando los resultados deseados, se obtuvo como resultado el entendimiento del instrumento por parte del entrevistado.

Las encuestas las aplicaron los estudiantes de SIESCO, en los meses de septiembre y octubre de 2014 a la población objetivo, su aplicación se llevó a cabo a través de una entrevista directa y personal al empresario como fuente primaria de información.

Una vez terminada la aplicación de los instrumentos, se tabuló la información en SPSS 18 licenciado por la Universidad, permitiendo obtener los resultados esperados.

Recursos

- Recurso humano: 4 docentes de la institución y 10 estudiantes universitarios.
- Software estadístico SPSS 18 licenciado por la Unicatónica.
- Equipos y procesadores de la información.
- Recursos financieros como apoyo económico y gastos a los entrevistadores.
- Papelería e impresiones de encuestas.

- Chalecos para los integrantes de los semilleros.

RESULTADOS

Resultados estadístico:

El 85.1% de las empresas encuestadas han realizado su registro mercantil en la Cámara de Comercio de la ciudad, mientras que el 14.9% no.

El 73,6% de las empresas renovaron su registro mercantil, mientras que el 26.4% no habían renovado su registro al momento de la encuesta.

El 44.9% realizaron su registro mercantil después del año 2010, mientras que el 55.1% de las empresas realizaron sus registros mercantiles antes de este año.

El 73% de las empresas tienen vinculados de manera directa a sus empleados, mientras que el 3.4% externalizan la mano de obra, el 10.2% tienen vinculación mixta y el 15.5% son administrados directamente por sus propietarios.

El 97.7% tienen menos de 10 empleados, predominando las microempresas, mientras que el 1.8% son pequeñas y el 0.6% es una empresas grande.

El 47.12% son del sector comercial; el 43.68% son prestadoras de servicios y el 9.20% llevan a cabo actividades manufactureras.

El 64.4% de las empresas iniciaron sus actividades comerciales antes de 2010, mientras que el 10,3% inician sus operaciones en este año 2014.

El 74.7% de las empresas llevan alguna forma de contabilidad de sus operaciones comerciales, mientras que el 25.3% no llevan ningún proceso, al igual los que aseveran que tienen su contabilidad al día.

El 57,5% revisan la contabilidad mensualmente, mientras que el 42.5% revisan la información financiera después de pasados dos meses.

El 39,1% pagan por servicios externos de contabilidad y teneduría de libros, mientras que el 60.9% no.

El 85,1% han tramitado el Registro Único Tributario (RUT) alguna vez, mientras que el 14.9% no lo han hecho.

El 36.8% declaran renta ante la DIAN, mientras que el 63.2% no lo hacen.

El 57.5% declaran IVA y el 43.5% no, y el 25.3% practican retenciones en la fuente mientras que el 74.5% no lo hacen.

CONCLUSIONES

- i. La mayoría de los negocios pequeños están registrados en la cámara de comercio y legalizados ante la DIAN, por lo que consideran que estos aspectos son importantes.
- ii. Existe la creencia que las empresas pequeñas desaparecen durante sus primeros 3 años, este estudio contradice esta creencia pues 112 empresas presentan registros anteriores al 2011.
- iii. El estudio reveló que el 74.71% de las empresas llevan registros contables, pero solamente 100 le dan la importancia y su uso racional en la toma de decisiones, mientras que el 22.4% revisan sus informes pasados dos meses y el 25.29 % de las empresas estudiadas no tiene ningún sistema de información contable, lo que equivale a que un 47.49% no le da la importancia a esta herramienta para la toma de decisiones.
- iv. La comuna 18 tiene un gran potencial para que se constituya el Consultorio Contable Lumen Gentium en el marco de la función social, creando el espacio de investigación que le permite al Programa de Contaduría Pública llevar a la práctica a sus estudiantes para que mejoren sus habilidades y que sean más competitivos para un mercado laboral exigente.
- v. En la comuna 18 de la ciudad de Cali no hay otra universidad que tenga en funcionamiento un Consultorio Contable, este sería de gran impacto en el desarrollo de la región y especialmente de la comunidad aledaña.
- vi. Se puede fortalecer el semillero - SIESCO que permitirán mejorar la práctica del ejercicio de la profesión surgida de múltiples proyectos de investigación que se generen en el mismo.

EXPECTATIVAS

¿Las empresas que emiten reportes con atrasos importantes, con que elementos de juicio toman sus decisiones?

¿Se tienen un sistema de información como cumplimiento de un requisito legal solamente?

¿Para realizar la presentación y pago de los impuestos se deben hacer reprocesas que permitan formular las bases tributarias?

¿La Contabilidad tiene una importancia secundaria en el proceso administrativo y se concibe como un gasto?

REFERENCIAS

Atehortúa, John Alexander (2008). "Gestión empresarial de los programas de pregrado de la Corporación Universitaria Lasallista". Revista Lasallista de Investigación, Vol. 7, núm. 1, 2010.

Bolaño C.A. (1995): Contabilidad Comercial. Mejores Recursos Humanos en la Empresa: Primera reimpresión Grupo Editorial Norma.

Brunner, José Joaquín. Competencia de empleabilidad. En http://geocities.com/brunner_cl/empleab.html> Citado por: Documento del Ministerio de Educación Nacional, Articulación de la Educación con el Mundo Productivo, "la Formación de Competencias Laborales", Bogotá, D. C., agosto de 2003.

Chua, W.F. (1986). Desarrollos radicales en el pensamiento contable. En Gómez, M. y Ospina, C.M. (Eds.), Avances interdisciplinarios para una comprensión crítica de la contabilidad. Textos paradigmáticos de las corrientes heterodoxas (p. 37-78).

Chua, W.F. (1986). Radical Developments in Accounting Thought. The Accounting Review, 51 (4), 601-632.

Decreto 2649 de 1993. Diario Oficial de la República de Colombia, Santafé de Bogotá, Colombia, 29 de diciembre de 1993.

Decreto 2650 de 1993. Diario Oficial de la República de Colombia, Santafé de Bogotá, Colombia, 29 de diciembre de 1993.

Delgadillo D. (2001): El sistema de Información contable., Universidad Del Valle 2001

Documento del Ministerio de Educación Nacional, Articulación de la Educación con el Mundo Productivo, "la Formación de Competencias Laborales", Bogotá, D. C., agosto de 2003.

Ferro Bayona, Jesús et al. (1998). Desarrollo Humano Perspectiva Siglo XXI. Barranquilla: Ediciones Uninorte.

Gersik, K. (et. al.) (1987) Empresas familiares generación a generación. Editorial Mc Graw-Hill. México. Págs. 1 - 8.

Gómez, M. y Ospina, C.M. (2009). Avances interdisciplinarios para una comprensión crítica de la contabilidad. Textos paradigmáticos de las corrientes heterodoxas. Medellín: Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia.

González, L.A. (2005). Fundamentación conceptual de la crisis contable. Revista internacional Legis de Contabilidad & Auditoría. 21, 151-192

Guajardo C. G. (2005): Fundamentos de Contabilidad: Primera edición McGraw Hill.

Guajardo C. G. (2008): Contabilidad Financiera: Quinta edición McGraw Hill.

IASB, International Accounting Standards Board, 2010, Marco Conceptual para la Información Financiera, London, England.

CENSEA, Consultorio Contable y Financiero, Universidad ICESI, <http://www.icesi.edu.co/censea/>

Institución Universitaria de Envigado, <http://www.iue.edu.co/portal/index.php/servicios-institucionales/consultorio-contable>

Jiménez de Rincón, Gloria Isabel; Díaz Alonso, Roberto Carlos; Molina Flórez, Hugo (2006). Consultorio Contable, una Estrategia Pedagógica para el fortalecimiento de la formación del estudiante del programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria de la Costa, CUC, Barranquilla.

Kuhn, T. (1971). La estructura de las revoluciones científicas. México: Fondo de cultura económica.

Larrinaga, C. (1999). Perspectivas alternativas de investigación en contabilidad: una revisión. Revista de contabilidad, 3(2), 103-131.

Peña, Judith (2004). Documento: Naturaleza de la Investigación, Barranquilla.

Reglamento Consultorio Empresarial, Contable Y Tributario (2011), http://www.ustatunja.edu.co/ustatunja/files/Facultades/Contadur%C3%ADa/Reglamentos/Reglamento_Consultorio_Contable.pdf

Sinisterra, G. Polanco H. Henao H. (2012): La contabilidad y el ente económico. Contabilidad sistema de información para las organizaciones: Cuarta edición McGraw Hill.

Universidad Autónoma Latinoamericana, <http://www.unaula.edu.co/facultades/contaduria/contaconsul.html>

Universidad Central,
http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:7a68ZOy_qOgJ:www.ascun.org.co/ascun/homeFiles/Experiencia%2520U.%2520Central.doc+definicion+consultorio+contable&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=co

Universidad de Antioquia,
<http://contaduria.udea.edu.co/index.php?page=Consultorio.IndexPage>
<http://economicas.udea.edu.co>

Universidad de Medellín,
<http://www.udem.edu.co/UDEM/Programas/Pregrados/ContaduriaP/consultorio.htm>

Universidad del Cauca, <http://www.universia.net.co/laboral-empresarial/destacado/consultorioempresarial-de-unicauca-todo-un-servicioa-la-comunidad.html>

Universidad Eafit, <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/Paginas/servicios.aspx>



ANÁLISIS DEL DESEMPEÑO FINANCIERO DE PORTAFOLIOS DE INVERSIÓN EN FIBRAS Y ACCIONES

Miguel Angel Cavazos González

Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración

miguelcavazos@live.com

Mexicano

Martha del Pilar Rodríguez García

Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración

marthadelpilar2000@yahoo.com

Mexicana

Héctor Horacio Garza Sánchez

Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración

hfacpya@hotmail.com

Mexicano

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 20/Mayo/2015

Resumen

El propósito del presente estudio es el utilizar la teoría de portafolios moderna y otras métricas como el Ratio de Sharpe y el Alfa de Jensen para evaluar el desempeño financiero de portafolios de inversión compuestos por fibras, acciones o ambos. Los resultados obtenidos demuestran que en el mercado actual los fibras son instrumentos menos riesgosos en rendimientos relativamente bajos, pero con la desventaja de no poder ofrecer un rango tan amplio ni tan alto de rendimientos como es el caso de las acciones. Otra parte importante del estudio es el análisis de un portafolio mixto, compuesto por una mezcla de fibras y acciones, que resulta ser una mejor opción de inversión, pues combina el bajo riesgo de los fibras con los altos rendimientos de las acción, demostrando la importancia de la diversificación en un portafolio de inversión.

Palabras clave: Acciones, Fibras, Rendimiento, Riesgo, Teoría de portafolios

Introducción

El mercado mexicano cuenta con una gran variedad de opciones de inversión. En el caso de activos de renta variable el más popular y conocido sin lugar a duda son las acciones, las cuales representan una fracción del capital social de una empresa, emitido por las mismas como opción de financiamiento y cuyo valor de mercado se ve afectado por la oferta y la demanda. Las acciones han formado parte de los portafolios de inversión de los inversionistas mexicanos por décadas, por lo que es una opción de inversión muy conocida en nuestro mercado.

Otro activo de renta variable son las fibras (Fideicomiso de Infraestructura y Bienes Raíces), certificados de participación en Fideicomisos que se encargan de la administración de portafolios de bienes inmuebles y que sirven para financiar proyectos inmobiliarios en México, estos activos existen en el mercado estadounidense desde los años 60s, pero fueron introducidos al mercado mexicano hace apenas 10 años con ciertas modificaciones pero fuertemente basados en su contraparte americana, esta opción de inversión ha ganado popularidad desde su introducción al mercado nacional y cada vez más inversionistas voltean a verlas como una opción viable para apostar su capital sobre otros activos.

Ambos activos son muy similares en la manera en que los accionistas obtienen plusvalías de capital por la compra y venta de certificados en la bolsa de valores, lo que los hace competidores directos por el capital del gran público inversionista para el financiamiento de sus respectivos emisores.

Fibras

Las fibras, como se mencionó anteriormente, son la respuesta mexicana de los REIT (Real Estate Investment Trust) que existen en Estados Unidos, y son vehículos de inversión cuyo propósito es financiar la adquisición y/o construcción de bienes inmuebles para su posterior arrendamiento o adquirir el derecho a recibir los ingresos provenientes del arrendamiento de dichos bienes.

Estos fideicomisos se encargan de rentar y administrar un portafolio de bienes inmuebles como edificios de oficinas, centros comerciales, hoteles, residenciales, etc.

La Ley del ISR en sus artículos 223 y 224 los define de la siguiente manera: “Son fideicomisos que se dediquen a la adquisición o construcción de bienes inmuebles que se destinen al arrendamiento o a la adquisición del derecho a percibir ingresos provenientes del arrendamiento de dichos bienes así como a otorgar financiamiento para esos fines.”

(Banco de México, s.f.)

¿Cómo funciona un fibra?

Una vez creado el fideicomiso, este se encarga de conseguir inmuebles para su portafolio inmobiliario y de colocar en la bolsa de valores los certificados de participación en el mismo. El fideicomiso se encarga de la administración completa del inmueble, que va desde el mantenimiento hasta la mercadotecnia. Anualmente se debe repartir el 95% de las rentas obtenidas de los inmuebles entre los tenedores de los certificados.

Los fibras son una mezcla de inversión en renta fija y renta variable ya que ofrece a los inversionistas pagos periódicos continuos por la renta de los inmuebles, a la vez que permite obtener plusvalías de capital por la compra y venta de certificados en la bolsa de valores, los cuales cambian de precio conforme a la plusvalía de los inmuebles del portafolio.

Objetivos de los fibras

Los fibras fueron creados para impulsar el desarrollo inmobiliario en México y ser una fuente de liquidez para desarrolladores inmobiliarios. Permite invertir en bienes inmuebles a todo tipo de inversionista, además contribuye a la diversificación de portafolios de inversión al proporcionar una nueva alternativa de inversión en un mercado

regulado e Impulsar el financiamiento para diversos segmentos comerciales, industriales, oficinas, entre otros.

¿Qué es un REIT?

Los REITs (Real Estate Investment Trust) es el modelo en el que están basados los Fibras en México. Los REITs se aprobaron en el congreso de EE.UU en 1960, con el propósito de acercar al pequeño inversor a las inversiones a gran escala en bienes inmuebles. Se convierten así en vehículos de inversión transparentes, ya que la mayoría de ellos cotizan como acciones en los mercados de valores, y con importantes ventajas fiscales.

Los REITs son compañías que invierten el capital de sus inversores en la compra y explotación de propiedades inmobiliarias que producen renta (equity REIT), o en el financiamiento de bienes inmuebles, (mortgage REIT). Su principal diferencia con otros fondos inmobiliarios cotizados es su obligación de repartir al menos un 90% de sus beneficios en forma de dividendos y su ventaja fiscal, que trata de evitar la doble imposición al inversor final. (REIT: alternativa global de inversión al ladrillo tradicional, 2007)

Los REITs empezaron a incrementar su volumen de negocios en los años ochenta, cuando otras ventajas impositivas que existían en EEUU para inversiones inmobiliarias fueron eliminadas. En los noventa los Fondos de Pensión fueron autorizados a invertir en REITs, lo cual potenció el tamaño de sus portafolios pero también hizo más exigente la calidad de los activos en los que podían invertir.

Actualmente en EEUU hay más de 200 REITs. En términos de capitalización, representan casi mil billones de dólares en capital, que surgen de un proceso de fenomenal crecimiento que se aceleró puntualmente a partir de 1992.

Son esencialmente vehículos de inversión pública, es decir que cotizan en la Bolsa de Valores. Actualmente tienen una gran liquidez a diferencia de las tradicionales inversiones inmobiliarias. En efecto, el inversor puede comprar y vender estos activos con gran simplicidad y a bajo costo en el mercado de capitales. En general cotizan en el New York Stock Exchange y en el American Stock Exchange, así como también en el NASDAQ. Como la demanda es sostenida, hoy en día la liquidez de este tipo de activo está asegurada.

Es interesante destacar que por muchos años, los REITs tenían prohibido administrar sus portafolios: debían operar como inversores pasivos. Esto cambió a raíz de la importante reforma del año 1986 y en la actualidad, en general, cuentan con estructuras internas de gerenciamiento. (Tabakman, 2007)

REITS en el mundo

Aunque los Estados Unidos sigue siendo el mercado más grande y más eficiente de REITs en el mundo, el mercado de valores de bienes raíces cada vez aumentan más su globalización. El crecimiento ha sido en gran parte por lo atractivo de los REITs.

El índice más amplio para los REIT y el mercado global de bienes raíces que cotizan en las bolsas de valores es el FTSE EPRA/NAREIT Global Real Estate Index Series, que fue creado conjuntamente por el proveedor de índices FTSE Group, NAREIT

(National Association of Real State Investment Trusts) y EPRA (European Public Real State Association).

El índice es utilizado por inversionistas y administradores de fondos de bienes raíces para administrar las inversiones en bienes raíces con una base global. Abarca tanto REITs como empresas de bienes raíces que listadas.

Al 30 junio del 2014 el FTSE EPRA/NAREIT Global Real Estate Index Series incluye 456 compañías de bienes raíces en 47 países alrededor del mundo. De los 1.2 trillones de capitalización del mercado representado en el índice de países desarrollados, el 78 por ciento proviene de los REITs. (REIT.com, 2014)

Acciones

Las acciones son uno de los instrumentos de inversión más tradicionales. Las cuales representan una fracción del capital social de una empresa, y son emitidas por las mismas para la captación de capital para el financiamiento de la misma

Como inversión, supone una inversión en renta variable, dado que no tiene un retorno fijo establecido por contrato como en el caso de las Fibras, sino que depende enteramente de la situación de la empresa y de las expectativas del mercado para determinar su valor.

Son títulos que representan parte del capital social de una empresa que son colocados entre el gran público inversionista a través de la BMV para obtener financiamiento. La tenencia de las acciones otorga a sus compradores los derechos de un socio.

El rendimiento para el inversionista se presenta de dos formas:

Dividendos que genera la empresa (las acciones permiten al inversionista crecer en sociedad con la empresa y, por lo tanto, participar de sus utilidades).

Ganancias de capital, que es el diferencial -en su caso- entre el precio al que se compró y el precio al que se vendió la acción.

El plazo en este valor no existe, pues la decisión de venderlo o retenerlo reside exclusivamente en el tenedor. El precio está en función del desempeño de la empresa emisora y de las expectativas que haya sobre su desarrollo. Asimismo, en su precio también influyen elementos externos que afectan al mercado en general.

Objetivo general del estudio

Determinar que portafolio de inversión tiene un mejor desempeño financiero en términos de rentabilidad y riesgo.

Objetivos específicos

Determinar el desempeño financiero de un portafolio compuesto por acciones que conforman el Índice de Precios y Cotizaciones.

Determinar el desempeño financiero de un portafolio compuesto por las Fibras que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores.

Preguntas de investigación

¿Es más riesgoso un portafolio de FIBRAS que uno de acciones?

¿Disminuye el riesgo al invertir en un portafolio mixto (FIBRAS y Acciones)?

Marco Teórico

Ratio de Sharpe

El ratio de Sharpe, originalmente conocida como Ratio de Rendimiento Sobre Variabilidad, fue creado por William Forsyth Sharpe de la Universidad Stanford en 1994. Esta métrica es una medida del exceso de rendimiento por unidad de riesgo de una inversión.

La ratio de Sharpe se utiliza para mostrar hasta qué punto el rendimiento de una inversión compensa al inversor por asumir riesgo en su inversión. Cuando se comparan dos inversiones, cada una con un determinado rendimiento esperado contra el rendimiento del activo de referencia, la inversión con la Ratio de Sharpe más alto proporciona mayor rendimiento para un mismo nivel de riesgo.

Los inversionistas suelen inclinarse por inversiones que den como resultado una Ratio de Sharpe alto, pues cuanto mayor sea este índice el rendimiento sobre el riesgo asumido será mayor lo que indica una mejor opción de inversión.

Podemos usar la razón de Sharpe para considerar el riesgo y rendimiento de índices. Esta razón se puede utilizar para expresar que tan bien el rendimiento de un activo compensa el riesgo asumido por un inversor (Sharpe, 1994)

Teoría de Portafolios Moderna

La Teoría de Portafolios Moderna es una teoría financiera clásica desarrollada por Markowitz en 1952. El concepto fundamental de la Teoría de Portafolios Moderna expresa que las inversiones individuales en una cartera no deben ser seleccionadas de manera arbitraria.

En su lugar, los resultados de la combinación óptima de acciones en el portafolio se deben de obtener a partir de una combinación de inversiones que presentan la combinación de riesgos y rendimientos más deseada.

Uno de los puntos clave de la Teoría de Portafolios Moderna según Markowitz es que una acción en particular no se selecciona solo por sus características únicas de rendimiento-riesgo. Por lo contrario, el inversor tiene que considerar como un grupo de acciones cavaría con el resto de las acciones de un índice particular.

Además considerando estas covariaciones entre las acciones se pueden construir portafolios que tengan el mismo rendimiento esperado y menor riesgo que un portafolio que ignore estas covariaciones entre las acciones.

Esto se obtiene a partir del teorema fundamental de media-varianza de un portafolio que supone maximizar un rendimiento esperado manteniendo una varianza dada o minimizando una varianza con un rendimiento de portafolio dado. Si todas las combinaciones posibles de las inversiones se presentan en un gráfico de riesgos y rendimientos, los puntos definen una región en este espacio denominada Frontera Eficiente. (Markowitz, 1952)

Alfa de Jensen

El Alfa de Jensen, propuesta por Michael Jensen en 1968 es una medida de la calidad de gestión del portafolio de inversión. Indica el exceso de rentabilidad obtenido por la cartera para un nivel de riesgo determinado.

El Alfa de Jensen explica la diferencia entre la rentabilidad esperada, es decir, la que corresponde al riesgo sistemático asumido, y la realmente obtenida por portafolio de inversión.

Si el portafolio de inversión supera al rendimiento esperado el alfa de Jensen tendrá un resultado positivo, si el rendimiento obtenido iguala al rendimiento esperado el alfa de Jensen dará un resultado neutro, es decir cero, mientras que si el rendimiento obtenido es menor al esperado el resultado del alfa de Jensen tendrá un resultado negativo.

Si el administrador del portafolio de inversión está consiguiendo una prima positiva de rentabilidad sobre la que le corresponde por el riesgo sistemático asumido, el término será mayor que cero; por el contrario, si el administrador obtiene una rentabilidad inferior a la que le correspondería por el riesgo sistemático asumido, el término será inferior a cero. A efectos de realizar comparaciones, cuanto mayor es el Alfa de la cartera, mejor ha sido su gestión (Jensen, 1967)

Método

Hipótesis de investigación

H0: No existe diferencia en el desempeño financiero de un portafolio compuesto por fibras y un portafolio compuesto por acciones.

H1: El desempeño financiero de un portafolio compuesto por fibras supera el desempeño de un portafolio compuesto por acciones.

H2: El desempeño financiero de un portafolio mixto (que mezcla fibras y acciones) es superior a un portafolio compuesto por fibras y un portafolio compuesto por acciones.

Variables Independientes

Portafolio compuesto por fibras: Portafolio de inversión conformado por las o fibras que operan en la Bolsa Mexicana de Valores.

Portafolio compuesto por acciones: Portafolio de inversión conformado por las acciones de las empresas que conforman al IPC.

Portafolio mixto: Portafolio de inversión conformado tanto por fibras que operan en la Bolsa Mexicana de Valores, como por las acciones que conforman el IPC.

Variables Dependientes

Desempeño Financiero: Término que hace referencia a la obtención de un mayor rendimiento al menor riesgo posible.

Muestra

Para la realización de este estudio se obtuvieron datos de 7 de los 9 fibras que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y de 34 de las 35 empresas que componen el Índice de Precios y Cotizaciones (IPC).

Para la selección de la muestra se seleccionaron 7 de los 9 fibras existentes debido al tiempo que han estado en el mercado. En el caso de las Acciones que conforman el IPC se seleccionaron 34 de las 35 emisoras debido a que una de ellas no contaba con cotizaciones suficientes para la realización de la investigación. Tanto en el caso de los fibras como de las acciones existen empresas que no cuentan con los datos suficientes para los propósitos de este estudio, por lo que tuvieron que ser excluidas

Para los propósitos de este estudio se consultó la base de datos de Yahoo! Finanzas donde se obtuvieron los valores semanales de los precios de cada una de las empresas que conforman la muestra, así como del IPC (Yahoo! Finanzas, s.f.). Para la tasa libre de riesgo se utilizaron los valores de la subasta semanal de los CETES a 28 días obtenidos a través del Banco de México. (Banco de México, s.f.). El periodo considerado para el estudio va desde el 4 de noviembre del 2013 hasta el 2 de febrero de 2015

Procedimiento

Los datos obtenidos de las bases de datos se agruparon en 3 portafolios de inversión distintos, uno conformado los fibras, otro conformado por acciones, y un tercero formado a partir de una mezcla de los dos portafolios anteriores.

Posteriormente se calcularon los rendimientos semanales para cada una de las empresas y. utilizando la herramienta Solver incluida en el software Microsoft Excel y la teoría de portafolios de Markowitz, se procedió a buscar la combinación de acciones y/o fibras que diera como resultado la mínima varianza posible para dicho portafolio y, por

tanto, la menor desviación estándar, lo que representa el punto mínimo de riesgo para cada portafolio en particular.

Tomando la desviación estándar mínima posible del portafolio y su rendimiento asociado como punto de partida, se calculó la mínima desviación estándar para cada rendimiento superior a dicho punto hasta llegar al rendimiento máximo que puede ofrecer el portafolio para después graficarlo y determinar la frontera eficiente para cada uno de los portafolios de inversión.

Para cada portafolio también se determinó el Ratio de Sharpe dividiendo la prima sobre la tasa libre de riesgo entre el riesgo del portafolio correspondiente, el Alfa de Jensen, mediante cada portafolio con el riesgo de mercado, representado por las cotizaciones del IPC, y una métrica que indica el porcentaje de veces que el rendimiento de cada portafolio optimizado para la mínima varianza supera al rendimiento que ofrece el mercado, el cual está representado por el IPC.

Resultados

Al optimizar cada uno de los 3 portafolios a la mínima varianza se obtuvieron los resultados que se pueden observar en la Tabla 1.

Tabla 1

Riesgo y rendimiento obtenidos a partir de la optimización

Métrica de desempeño	de Portafolio de fibras	Portafolio Acciones	de Portafolio Mixto (Fibras y Acciones)
Riesgo	8.74%	9.90%	7.28%

Rendimiento	20.50%	18.93%	20.20%
-------------	--------	--------	--------

Fuente propia, resultado a partir del análisis de los datos obtenidos de Yahoo! Finanzas

El portafolio de fibras, a pesar de estar compuesto por un instrumento relativamente nuevo para el mercado mexicano, resulto ofrecer un riesgo menor y un rendimiento mayor a los ofrecidos por el portafolio compuesto exclusivamente por acciones, mientras que el portafolio mixto presenta un riesgo aún menor que portafolio de fibras y un rendimiento que aunque no es superior es bastante cercano como para considerarlo competitivo.

Los resultados de las tres métricas adicionales utilizadas en este estudio pueden encontrarse en la Tabla 2.

Tabla 2

Resultados de las métricas de desempeño

Métrica de desempeño	de Portafolio Fibras	de Portafolio Acciones	de Portafolio Mixto (Fibras y Acciones)
% Sobre el Índice del Mercado	85.06%	84.91%	94.87%
Alfa de Jensen	0.33%	0.29%	0.26%
Ratio de Sharpe	199.99%	190.61%	235.95%

Fuente propia, resultado a partir del análisis de los datos obtenidos de Yahoo! Finanzas y el Banco de México

En la tabla 2 podemos observar que los tres portafolios analizados tuvieron resultados bastante positivos.

En la métrica del porcentaje sobre el índice del mercado los tres portafolios presentaron un resultado mayor al 50%, lo que indica que la mayor parte del tiempo la combinación de empresas y sus porcentajes superan al rendimiento ofrecido por el mercado, en este aspecto, el portafolio mixto resultó ser mejor a los otros dos, pues su porcentaje no solo es más alto, sino que es bastante cercano al 100%.

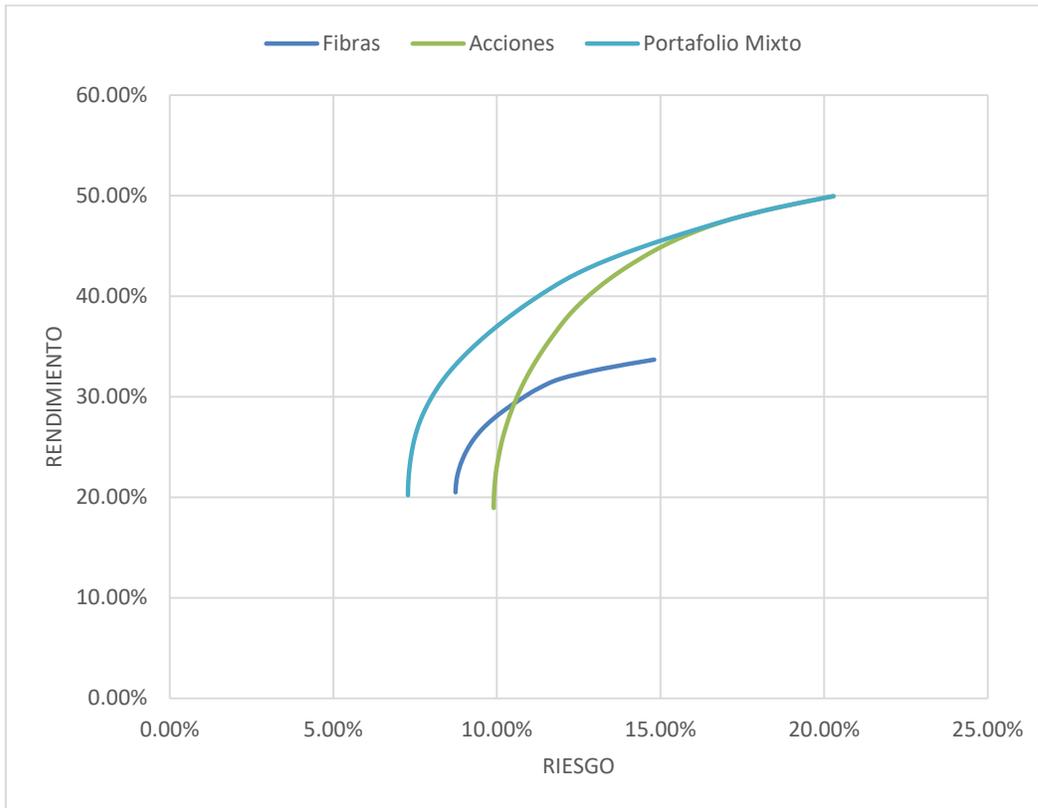
Analizando los resultados del Ratio de Sharpe tanto el portafolio compuesto de fibras como el de acciones ofrecen casi el doble de rendimiento comparado con su riesgo, lo cual haría a cualquiera de los dos una buena opción para invertir según esta métrica, sin embargo, el portafolio mixto demostró una vez más ser superior al dar como resultado un 235.95%, lo que indica que el portafolio rinde más del doble que el riesgo que puede tener.

La tercera métrica empleada es el Alfa de Jensen, en los tres casos el resultado fue, aunque muy bajo, positivo, lo que indica una buena gestión del portafolio, sin embargo, el alfa de Jensen del portafolio mixto no resultó ser significativa, por lo que el resultado puede o no reflejar el estado real del portafolio.

Otro aspecto importante a analizar es la frontera eficiente, pues nos permite visualizar los resultados del estudio de manera gráfica y nos da una perspectiva diferente del comportamiento y la relación riesgo-rendimiento de los portafolios. Las fronteras eficientes graficadas se pueden observar en la figura 1.

Figura 1

Frontera eficiente para cada portafolio



Fuente propia, resultado a partir del análisis de los datos obtenidos de Yahoo! Finanzas

Como podemos observar en la gráfica, el portafolio de fibras tiene el potencial de ofrecer un riesgo menor al portafolio de acciones siempre y cuando se estén buscando rendimientos bajos, pues a partir de la intersección de ambas fronteras en rendimientos superiores son las acciones las que disminuyen el riesgo comparadas con el mismo rendimiento que puede ofrecer el portafolio de fibras, y no solo eso, las acciones ofrecen una variedad de rendimientos mucho más amplia y pueden alcanzar rendimientos más altos que las fibras. Aunque en este caso, como en el caso de casi todas las métricas que hemos usado anteriormente, el portafolio mixto resulto ser absolutamente superior, pues alcanza un riesgo menor al alcanzado incluso por las fibras y el mismo rango de rendimientos de las

acciones, ofreciendo un menor riesgo ante cualquiera de los rendimientos que puedan dar los otros portafolios.

Conclusiones

La hipótesis H0 queda descartada, pues a pesar de que tanto el portafolio de fibras como el portafolio de acciones optimizados a la mínima varianza resultan opciones atractivas de inversión, definitivamente no son iguales y pueden diferenciarse muy claramente.

La hipótesis de investigación H1 puede aceptarse o negarse dependiendo de lo que el inversionista busque, pues el portafolio de fibras a pesar de su no tan alto rendimiento tiene la cualidad de ser significativamente menos riesgoso, lo cual lo puede hacer una opción muy atractiva para los inversionistas con una alta aversión al riesgo, mientras que el portafolio de acciones a pesar de ser claramente más riesgoso a rendimientos bajos, funciona de manera contraria para los inversionistas que buscan rendimientos más altos y que están dispuestos a tolerar un riesgo mayor.

La hipótesis de investigación por su parte es aprobada. A excepción del Alfa de Jensen que no resultó ser significativa, todas las métricas apuntan a que una mezcla de ambos instrumentos de inversión es ideal para todo tipo de inversionista, pues para cualquier tipo de rendimiento que este requiera, este portafolio disminuye el riesgo, haciéndolo sumamente atractivo.

Los fibras son instrumentos que no llevan mucho tiempo en el mercado mexicano y a pesar de su creciente popularidad aún no son de conocimiento general entre los

accionistas, pero resulta ser un instrumento que de momento es poco riesgoso y puede representar una adición inteligente al portafolio de los inversionistas de la bolsa de valores, pues su bajo riesgo aumenta la seguridad de la cartera de inversión, y por tanto, del patrimonio del accionista.

Referencias

Banco de México. (s.f.). Obtenido de <http://www.banxico.org.mx/>

Jensen, M. C. (1967). The Performance of Mutual Funds in the Period 1945-1964. *Journal of Finance*.

Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*.

REIT.com. (2014). Obtenido de www.reit.com

REIT: alternativa global de inversión al ladrillo tradicional. (2007). *Urquijo Opinion*. Obtenido de www.bancourquijo.com

Sharpe, W. F. (1994). The Sharpe Ratio. *The Journal of Portfolio Management*.

Tabakman, D. (2007). ¿Qué es un REIT? *ReporteInmobiliario.com*.

Yahoo! Finanzas. (s.f.). Obtenido de <https://es-us.finanzas.yahoo.com/>



**EFFECTOS DEL TIPO DE CAMBIO EN EL RESULTADO DE
EMPRESAS MEXICANAS.
(EFFECT OF THE EXCHANGE RATE ON MEXICAN COMPANIES'
NET RESULTS)**

Juan Manuel González Gámez

Mireyda Durán Crespo

Elizabeth Domínguez

Eduardo Javier Treviño Saldivar

Universidad Autónoma de Nuevo León, San Nicolás de los Garza, N.L., México.

Nacionalidad de autores: Mexicana.

Contaduría y Finanzas.
Finanzas Corporativas.

Resumen.

Este trabajo presenta un análisis en el efecto que tiene la devaluación del peso ante el fortalecimiento del dólar durante el 2014 y como generará impacto financiero positivo en el caso de algunas compañías multinacionales en las que sus ingresos sean mayoritariamente en dólares. Las series temporales de estudio son el tipo de cambio interbancario del 2014 en su cotización promedio emitida por Banco de México. Como punto de partida para realizar los análisis correspondientes se observará el comportamiento de los costos y gastos al tipo de cambio vigente; se procederá al análisis de los estados de situación financiera de partidas monetarias, y se mostrará la información financiera publicada por estas entidades en dólares y pesos mexicanos. Se dimensionaran estos efectos en tres niveles para su estudio en eficiencia operativa, ligada a costos y gastos; ingresos o egresos por resultado financiero, relacionados con estructura de capital, principalmente por deuda; y presentación de información financiera.

Palabras clave: compañías mexicanas, devaluación, eficiencia operativa, fluctuación, tipo de cambio.

Abstract.

This paper presents an analysis on the impact of the devaluation of the peso against the strengthening of the dollar during 2014 and how will generate positive financial impact on some of the multinational companies that their incomes are mostly in us dollars. The temporal series of study are the interbank exchange rate of the 2014 in its average price issued by Banco de México. As a starting point for carrying out the analysis for you will observe the behavior of the costs and expenses to the current exchange rate; the analysis shall be carried out of the states of financial situation on monetary items, and display the financial information published by these entities in dollars and Mexican pesos. These effects will be sized at three levels for your study in operational efficiency, linked to costs and expenses; income or expenditure by financial result, related to capital structure, primarily by debt; and presentation of financial information.

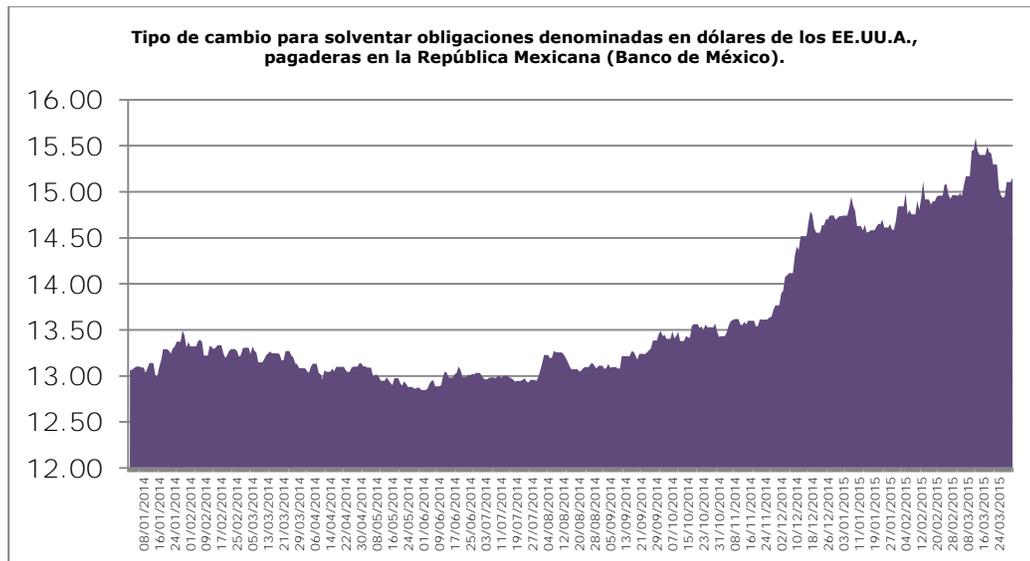
Keywords: devaluation, exchange rate, fluctuation, Mexican companies, operating efficiency.

1. Introducción.

Durante la última etapa del 2014 la devaluación del peso mexicano ante el dólar americano fue una de las noticias de mayor impacto para los negocios establecidos en México. En el último trimestre del año y durante el inicio de 2015 se ha podido observar como las empresas con operaciones y relaciones comerciales en dólares americanos experimentan resultados afectados en gran medida por la fluctuación del tipo de cambio que va en aumento.

Publicaciones como la de Quintana (2015) han hecho referencia a este fenómeno, indicando que en 2015 el encarecimiento del dólar ha sido aproximadamente de 4.7%, mientras que en los últimos 12 meses, el nivel de incremento ha sido de 17.5%. Jiménez (2015) menciona que la volatilidad del tipo de cambio está “derivada principalmente de la inquietud que muestran los inversionistas tras la incertidumbre sobre la evolución de la política monetaria de Estados Unidos”, además del fortalecimiento de esta divisa provocado por la mejora en los resultados de los indicadores económicos del país vecino del norte.

Para comprender la situación expuesta, se muestra la siguiente gráfica que representa el valor del dólar frente al peso de manera diaria, desde el 1 de enero de 2014 hasta el 31 de marzo de 2015.



Fuente: Banco de México. Elaboración propia.

Ante tal situación es inevitable la generación de incertidumbre, principalmente en el mundo empresarial en donde se opera día con día en dólares americanos. Otras publicaciones (Carstens,2015) resaltan que a partir de esta fluctuación en la economía mundial es posible detectar entidades que se benefician y otras que resultan perjudicadas por la forma en que se ven afectadas sus finanzas corporativas.

Normalmente se pudiera asociar el encarecimiento del dólar con resultados negativos, ya que como menciona Canitrot⁶ (citado por Fiorito *et al.*, p.48, 2015), la devaluación de la moneda local, como lo es el peso mexicano, se transmite directamente a los precios, mermando el salario y por ende, el poder adquisitivo de los trabajadores. Sin embargo, esta perspectiva es desde el denominado consumidor, y no de la entidad productora, que pudiera incluso ser de dimensiones multidimensionales. Para este caso, la teoría convencional nos señala que las empresas pueden verse beneficiadas por la devaluación de su moneda local ante el dólar americano elevándose las exportaciones, cumpliendo ciertas condiciones como que el precio de los artículos a comercializar se fije en la moneda del país exportador y no con base en el mercado (Mántey,2013).

Hernández (2014)⁷ señala claramente que “para un país con una economía tan abierta al intercambio comercial (exportaciones e importaciones) como lo es la de México, el tipo de cambio es crucial para una sana relación comercial entre países”. La principal influencia del tipo de cambio se da cuando una transacción comercial se efectúa en moneda extranjera. Al tratarse de la importación de bienes, es conveniente que el tipo de cambio se fortalezca, ya que resultará más barato adquirir dichos bienes o servicios. Mientras que por el lado de las exportaciones, la conveniencia se presentará cuando el tipo de cambio se debilite y el producto se vuelva más atractivo para el consumidor extranjero.

Ante esta teoría convencional, surge la incógnita de si realmente el principal efecto por el tipo de cambio es el vinculado con las operaciones comerciales de importación y exportación. Se pudiera refutar esta teoría observando el comportamiento de las relaciones comerciales entre clientes y proveedores, las cuales no se limitan a los mercados extranjeros. Es posible observar en el mercado cómo clientes estudian los márgenes brutos

⁶ Adolfo Canitrot se graduó como ingeniero civil (UBA, 1955) y obtuvo un doctorado en economía (Universidad de Stanford, 1965). Logró una extensa carrera como economista e investigador. Fue viceministro de Economía de Raúl Alfonsín, y funcionario del gobierno de la Alianza, con una importante labor académica en las ciencias económicas

⁷ Artículo “¿Por qué nos influye el tipo de cambio?”, publicado por Forbes,Abril 2004

y operativos de sus proveedores para observar su eficiencia financiera y así tratar de negociar mejores acuerdos comerciales. La eficiencia operativa que se ve afectada por el concepto de tipo de cambio, es en el caso de las empresas internacionales que tiene costos operativos en pesos y que el tipo de cambio hace ver sus resultados de una manera más eficiente, lo cual no es atribuible a la productividad misma de la empresa. A partir de aquí surgen casos de particular interés cuando es posible observar mejoras en la operación de las compañías provocadas por el tipo de cambio, no necesariamente relacionadas con el aumento de las exportaciones. Pero, ¿cómo es que las empresas pueden mejorar su eficiencia operativa con el encarecimiento de la divisa líder en el mercado? Todo dependerá de la situación financiera de las empresas, analizándola en dos dimensiones particulares: en lo operativo y en lo financiero (resultado neto y deuda). En el presente trabajo se buscará observar cómo ese impacto del desliz de tipo de cambio genera beneficios financieros en compañías multinacionales establecidas en México. Esto se verá como un análisis de caso de una empresa particular en una industria metalmecánica en el área Metropolitana de Monterrey.

2. Marco teórico.

El encarecimiento del dólar durante la última etapa de 2014 y el transcurso de 2015 afecta a las empresas cuyos ingresos y deudas se denominan en dicha moneda extranjera. Países como México poseen un sistema de tipo de cambio flotante que está en función de los movimientos del mercado cambiario, pero con un cierto grado de mediación del Banco de México, como el banco central de nuestra nación (Encinas, p.182, 2009). Un ejercicio realizado por Ponce (2015)⁸ señala que empresas como Alfa y Asur, que forman parte de la muestra del IPC para la Bolsa Mexicana de Valores, pudieran obtener resultados negativos ante la devaluación de la moneda mexicana, debido a que sus pasivos se conforman principalmente de deuda en dólares y sus ingresos se perciben en pesos principalmente. El otro lado de la situación pudiera observarse en empresas como Alsea, Arca, Bachoco, Genomma Lab y Mexichen, debido sus ingresos se efectúan en dólares americanos y sus pasivos son prácticamente nulos en esta divisa.

⁸ Artículo de Carlos Ponce, Director de Ixe-Banco, El informador.mx Mar 2015

Sin embargo, los efectos de la volatilidad cambiaria no se limitan al aspecto de los ingresos y deuda, también se expanden al rubro de los costos y gastos. Empresas como las mencionadas anteriormente, incurren en erogaciones y costos que se denominan en diversas monedas, afectando su conversión con la fluctuación existente. Añadido a esto, es conveniente considerar la presentación de esta información a través de los estados financieros, pues las compañías lidian con la dificultad de registrar en su contabilidad operaciones que van fluctuando debido a su moneda de origen y deben ajustarse al movimiento del mercado.

Ante tal situación, es conveniente dimensionar estos efectos en tres niveles para su estudio y objetivo de este trabajo: (1) El efecto del tipo de cambio en la eficiencia operativa, ligada al efecto en costos y gastos; (2) El efecto en la postura de ingresos o egresos por resultado financiero, relacionados con la estructura de capital, principalmente por deuda; (3) y la discusión de presentación de información financiera de acuerdo a las normas y estándares de presentación aplicadas por las empresas que reportan sus estados financieros de manera pública.

Comenzando con la eficiencia operativa, Maudos y Fernández de Guevara (p.151, 2008) mencionan en su obra que este concepto no solo depende del comportamiento de los gastos, pues se puede ganar eficiencia con una baja de los costos unitarios y, alternativamente, por diferencia del tipo de cambio, lo cual afecta el resultado operativo en el corto plazo.

Añadido a esto, es posible señalar que una partida importante dentro de los gastos en los que incurren las compañías es lo referente a los salarios, prestaciones y seguridad social. Para el caso de las empresas mexicanas es muy común que esta voz de gastos esté denominada en pesos, debido al mercado laboral en que se encuentran establecidas. En relación a este punto, el Banco Interamericano de Desarrollo (p. 124, 2001) hace referencia a la teoría económica, la cual señala que “en los mercados laborales suficientemente competitivos los salarios se aproximan a la productividad marginal del trabajo”. Esto quiere decir que los cambios que ocurran en los gastos por salarios y prestaciones deben de ser en función de los cambios de productividad en los que incurra la compañía, por lo que los costos unitarios de la mano de obra deberían mostrar un comportamiento constante a lo

largo del tiempo, si es que la productividad también permanece constante. Sin embargo, a pesar de que estos factores permanezcan estables, el tipo de cambio y la inflación impactan estos rubros debido a la devaluación de la moneda local, en este caso los pesos mexicanos.

Ante tales señalamientos, es posible pensar que debido a la depreciación de la moneda mexicana y el mantenimiento constante de los costos y gastos por mano de obra, la conversión de esta partida del estado de resultados de las compañías está percibiendo un beneficio por la fluctuación de las divisas, debido a que la conversión a un tipo de cambio encarecido genera que la deuda por pasivo laboral se vea traducida en menos dólares en la medida en que el dólar se siga encareciendo. Esta mejoría en resultados no necesariamente se relaciona directamente con la productividad, pero generará impacto positivo en aquellas compañías en las que sus ingresos sean mayoritariamente en dólares, debido a que si los ingresos son constantes en divisa americana, los costos irán con una tendencia a la baja, debido al encarecimiento del dólar.

Como siguiente punto a analizar, está el relativo a la estructura de capital de las partidas monetarias de las compañías. Según IASB (International Accounting Standards Board), a través de las IFRS (International Financial Reporting Standards) (Normas Internacionales de Información Financiera por sus siglas en ingles), las partidas monetarias tienen la característica particular de generar el derecho u obligación de recibir o entregar una cantidad determinada de unidades monetarias. Algunos ejemplos de estas partidas son las pensiones, beneficios a los empleados pagaderos en efectivo, deudas comerciales que se cubren en efectivo, dividendos por pagar en efectivo, etc. De lado contrario, las partidas no monetarias carecen de un derecho u obligación de recibir o entregar una determinada cantidad de unidades monetarias. Para estas partidas es posible listar como ejemplos los anticipos pagados por bienes o servicios, activos intangibles, inventarios, propiedad, planta y equipo, así como otras obligaciones que deban pagarse con activos no monetarios. Para el caso de este artículo, son las partidas monetarias las que interesan para analizar, debido a que son las voces que reciben el impacto directo por las fluctuaciones de tipo de cambio.

Siguiendo con la aplicación de la norma internacional de contabilidad, específicamente la número 21, denominada “Efectos de las Variaciones en las Tasas de Cambio de la Moneda Extranjera”, es posible definir una transacción en moneda extranjera

como “toda transacción cuyo importe se denomina, o exige su liquidación, en una moneda extranjera, entre las que se incluyen aquéllas en que la entidad compra o vende bienes o servicios cuyo precio se denomina en una moneda extranjera; presta o toma prestados fondos, si los importes correspondientes se establecen a cobrar o pagar en una moneda extranjera; o adquiere o dispone de activos, o bien incurre o liquida pasivos, siempre que estas operaciones se hayan denominado en moneda extranjera”. Al efectuarse una transacción en moneda extranjera, la compañía debe proceder a reconocerla utilizando su moneda funcional, mediante el registro del monto de la transacción en la moneda extranjera original o del documento emitido, aplicando el tipo de cambio a la fecha de la transacción entre la moneda funcional y la moneda extranjera. Una vez reconocidas todas esas partidas, al final de cada periodo sobre el que se prepara la información financiera, las partidas monetarias deben de convertirse al tipo de cambio de cierre, generalmente representado por el último día del mes o año calendario. En el caso de las partidas no monetarias, se procede a reconocerlas mediante el costo histórico o valor razonable, según sea el caso de aplicación. Una vez llevada a cabo esta conversión de divisas, “las diferencias de cambio que surjan al liquidar las partidas monetarias, o al convertir las partidas monetarias a tipos diferentes de los que se utilizaron para su reconocimiento inicial, ya se hayan producido durante el periodo o en estados financieros previos, se reconocerán en los resultados del periodo en el que aparezcan”. Esto quiere decir que la pérdida o ganancia que se experimente por la fluctuación de las partidas monetarias irá a reconocerse en el resultado del ejercicio en cuestión, generalmente expresándose en un rubro denominado Pérdida o Ganancia por fluctuación cambiaria, o bien, dentro del resultado financiero (IASB, 2003).

Siguiendo el cumplimiento de esta norma y la referencia a empresas con operaciones en múltiples divisas y con base de referencia el dólar americano, es posible identificar que la estructura de capital adoptada por cada entidad tiene relevancia al momento de efectuar la conversión de divisas, principalmente cuando una proporción del balance monetario está en pesos mexicanos, moneda devaluada frente al dólar.

En cuanto al tema de presentación de información financiera, las normas internacionales de contabilidad siguen teniendo una relevancia considerable. La norma anteriormente citada permite a las entidades elegir la moneda en la que presentarán sus

estados financieros, ya sea la funcional u otra de importante relevancia para sus operaciones. En IFRS la moneda funcional⁹ es determinada en base al entorno económico en que la entidad opera, principalmente en referencia al empleo del efectivo. Para seleccionar esa moneda funcional, la entidad debe considerar como factores principales “la moneda que influya fundamentalmente en los precios de venta de los bienes y servicios; y del país cuyas fuerzas competitivas y regulaciones determinen fundamentalmente los precios de venta de sus bienes y servicios” (NIC, 2003)¹⁰. Cuando la moneda funcional y la moneda de presentación sean diferentes, la compañía tendrá que proceder a convertir sus activos y pasivos al tipo de cambio del cierre del periodo, mientras que sus ingresos y gastos deberán presentarse al tipo de cambio específico de cada transacción. Sin embargo, para el tema de ingresos y gastos, se permite utilizar un tipo de cambio aproximado, que represente las fluctuaciones presentadas durante la ejecución de las transacciones, como por ejemplo el tipo de cambio promedio del periodo. Ante este enunciado de la norma, es importante considerar que la volatilidad de las divisas tan notable pudiera resultar en una representación inadecuada de la realidad de las transacciones comerciales, sobre todo cuando observamos la información en un periodo de tiempo de mediano o largo plazo.

Ante las referencias mostradas en este marco teórico, se procederá a realizar un ejercicio con la información financiera de 2 empresas mexicanas, que cumplen con las características antes mencionadas, como el reconocimiento de ingresos en distintas divisas, gastos y costos en pesos mexicanos, estructuras de capital con diversas monedas y emisión de información en diferentes divisas de presentación. Con este ejercicio se buscará determinar cómo el caso de estas empresas pudieran estarse beneficiando del encarecimiento del dólar frente a una devaluación de la moneda nacional.

3. Método.

La metodología del ejercicio de este artículo realizado para este trabajo consiste en analizar los estados financieros de empresas mexicanas que cumplan las características descritas en el marco teórico, con el fin de analizar primeramente el comportamiento de sus costos y gastos en relación al tipo de cambio vigente para los periodos mostrados.

⁹ Moneda funcional es la moneda del entorno económico principal en el que opera la entidad.

¹⁰ Normas de Información Contable, 2003.

Posteriormente, se procederá al análisis de los estados de situación financiera de partidas monetarias, para observar la estructura de capital adoptada e identificar los efectos de la fluctuación del tipo de cambio. Por último, se mostrará la información financiera publicada por estas entidades en dólares y pesos mexicanos, para analizar el efecto de presentación por el uso de tipos de cambio promedio y los específicos de presentación. Los tipos de cambio utilizados serán los emitidos por el Banco de México para solventar obligaciones y en su caso, los especificados por la compañía en sus estados financieros.

A continuación se presentan los estados de resultados de dos empresas mexicanas, donde su moneda funcional esta en pesos, dedicadas al ramo de los alimentos y bienes de consumo, cuyas transacciones, activos y deudas se efectúan en múltiples divisas debido a la internacionalización de sus operaciones.

Empresa No. 1: FEMSA

Acumulado por Trimestres (MXN)					
2014					
	1 Trim	2 Trim	3 Trim	4 Trim	TOTAL
Ingresos totales	64,228	70,956	72,391	70,156	277,731
Costo de ventas	37,717	41,192	41,737	39,740	160,386
Utilidad bruta	26,511	29,764	30,654	30,416	117,345
Gastos generales y administrativos	2,634	2,733	2,853	2,464	10,684
Gastos de ventas	17,787	18,620	19,102	18,054	73,563
Otros gastos operativos	144	458	376	116	1,094
Utilidad de operación	5,946	7,953	8,323	9,782	32,004
Productos financieros (gastos)	2,021	2,204	2,653	1,327	8,205
Utilidad antes de impuestos, ganancias de capital (pérdidas) de compañías asociadas e interés	4,575	6,048	6,389	7,979	24,991
Ganancias de capital(pérdidas) de compañías asociadas	703	668	1,602	2,407	5,380
Utilidad antes de impuestos e intereses					-
Impuesto sobre la renta	1,500	2,253	1,274	1,850	6,877
Utilidad neta antes de intereses.					-
Intereses en otras subsidiarias.	3,778	4,463	6,717	8,536	23,494
Utilidad neta(pérdida)	3,778	4,463	6,717	8,536	23,494
Tipo de cambio promedio del periodo	13.25	13.00	13.21	13.97	

Acumulado por Trimestres (USD)					
2014					
	1 Trim	2 Trim	3 Trim	4 Trim	TOTAL
Ingresos totales	4,847	5,456	5,481	5,022	20,807
Costo de ventas	2,847	3,167	3,160	2,845	12,019
Utilidad bruta	2,001	2,289	2,321	2,177	8,788
Gastos generales y administrativos	199	210	216	176	801
Gastos de ventas	1,342	1,432	1,446	1,292	5,513
Otros gastos operativos	11	35	28	8	83
Utilidad de operación	449	612	630	700	2,391
Productos financieros (gastos)	153	169	201	95	618
Utilidad antes de impuestos, ganancias de capital (pérdidas) de compañías asociadas e interés	345	465	484	571	1,865
Ganancias de capital(pérdidas) de compañías asociadas	53	51	121	172	398
Utilidad antes de impuestos e intereses					-
Impuesto sobre la renta	113	173	96	132	515
Utilidad neta antes de intereses.					-
Intereses en otras subsidiarias.	285	343	509	611	1,748
Utilidad neta(pérdida)	285	343	509	611	1,748

Acumulado por Trimestres (%)					
2014					
	1 Trim	2 Trim	3 Trim	4 Trim	TOTAL
Ingresos totales	100%	100%	100%	100%	100%
Costo de ventas	59%	58%	57%	57%	58%
Utilidad bruta	41%	42%	43%	43%	42%
Gastos generales y administrativos	4%	4%	4%	4%	4%
Gastos de ventas	28%	26%	26%	26%	26%
Otros gastos operativos	0%	1%	0%	0%	0%
Utilidad de operación	9%	11%	14%	14%	11%
Productos financieros (gastos)	3%	4%	2%	2%	3%
Utilidad antes de impuestos, ganancias de capital (pérdidas)	7%	9%	11%	11%	9%
Ganancias de capital(pérdidas) de compañías asociadas	1%	2%	3%	3%	2%
Utilidad antes de impuestos e intereses	0%	0%	0%	0%	0%
Impuesto sobre la renta	2%	2%	3%	3%	2%
Utilidad neta antes de intereses.	0%	0%	0%	0%	0%
Intereses en otras subsidiarias.	6%	9%	12%	12%	8%
Utilidad neta(pérdida)	6%	9%	12%	12%	8%

Fuente: Sitio oficial de la compañía. Elaboración y cálculos propios.

En el primer caso presentado, se trata la información de FEMSA, tomando como base el estado de resultados en pesos mexicanos, expresado en dólares mediante una conversión con tipo de cambio promedio del periodo y posteriormente, una representación de la información en porcentajes para su análisis.

Tomando en cuenta la tendencia a la alza del tipo de cambio, es posible observar como las partidas de costos y gastos, como porcentaje de ventas, tienen un comportamiento inverso, pues van hacia la baja conforme se encarece el dólar durante el transcurso del 2014. Así mismo, observando el resultado neto de cada trimestre, se observa una tendencia a la alza como porcentaje de las ventas, debido a la mejora operativa presentada en los rubros de costos y gastos. Es posible atribuir una importante proporción de los costos y gastos a las partidas de salarios y prestaciones, las cuales son emitidas en moneda local debido al mercado en el que se opera. La conversión de estas voces de gastos a un tipo de cambio cada vez más elevado provoca que la cobertura de estas erogaciones represente menos proporción de dólares conforme el peso mexicano se devalúa frente a la moneda norteamericana. Sería conveniente el estudio particular de las partidas que conforman los gastos generales, con el fin de identificar específicamente la composición en monedas extranjeras, pero con la información disponible no es posible hacer estimaciones a detalle del efecto de la fluctuación.

Empresa No. 2 BIMBO

Ingresos totales	
Costo de ventas	
Utilidad bruta	
Gastos generales y administrativos	
Gastos de ventas	
Otros gastos operativos	
Utilidad de operación	
Productos financieros (gastos)	
Utilidad antes de impuestos, ganancias de capital (pérdidas) de compañías asociadas e interés	
Ganancias de capital(pérdidas) de compañías asociadas	
Utilidad antes de impuestos e intereses	
Impuesto sobre la renta	
Utilidad neta antes de intereses.	
Intereses en otras subsidiarias.	
Utilidad neta(pérdida)	

Tipo de cambio	
----------------	--

Acumulado por Trimestres (MXN)				
2014				
1 Trim	2 Trim	3 Trim	4 Trim	TOTAL
41,558	44,941	49,429	51,122	187,050
19,559	20,807	23,126	24,460	87,952
21,999	24,134	26,303	26,662	99,098
				-
- 688	- 668	- 537	- 3,294	- 5,187
19,774	20,188	21,828	21,811	83,601
				-
1,537	3,278	3,938	1,557	10,310
- 638	- 572	- 984	- 1,129	- 3,323
900	2,705	2,955	427	6,987
366	969	118	513	1,966
103	125	135	144	507
430	1,612	1,701	231	3,512
13.25	13.00	13.21	13.97	

Ingresos totales	
Costo de ventas	
Utilidad bruta	
Gastos generales y administrativos	
Gastos de ventas	
Otros gastos operativos	
Utilidad de operación	
Productos financieros (gastos)	
Utilidad antes de impuestos, ganancias de capital (pérdidas) de compañías asociadas e interés	
Ganancias de capital(pérdidas) de compañías asociadas	
Utilidad antes de impuestos e intereses	
Impuesto sobre la renta	
Utilidad neta antes de intereses.	
Intereses en otras subsidiarias.	
Utilidad neta(pérdida)	

Tipo de cambio	
----------------	--

Acumulado por Trimestres (USD)				
2014				
1 Trim	2 Trim	3 Trim	4 Trim	TOTAL
3,136	3,456	3,742	3,660	13,994
1,476	1,600	1,751	1,751	6,578
1,660	1,856	1,992	1,909	7,416
-	-	-	-	-
- 52	- 51	- 41	- 236	- 380
1,492	1,552	1,653	1,561	6,259
				-
116	252	298	111	778
- 48	- 44	- 75	- 81	- 247
68	208	224	31	530
28	75	9	37	148
8	10	10	10	38
32	124	129	17	269

Ingresos totales	
Costo de ventas	
Utilidad bruta	
Gastos generales y administrativos	
Gastos de ventas	
Otros gastos operativos	
Utilidad de operación	
Productos financieros (gastos)	
Utilidad antes de impuestos, ganancias de capital (pérdidas) de compañías asociadas e interés	
Ganancias de capital(pérdidas) de compañías asociadas	
Utilidad antes de impuestos e intereses	
Impuesto sobre la renta	
Utilidad neta antes de intereses.	
Intereses en otras subsidiarias.	
Utilidad neta(pérdida)	

Tipo de cambio	
----------------	--

Acumulado por Trimestres (%)				
2014				
1 Trim	2 Trim	3 Trim	4 Trim	TOTAL
100%	100%	100%	100%	100%
47%	46%	47%	48%	47%
53%	54%	53%	52%	53%
0%	0%	0%	0%	0%
0%	0%	0%	0%	0%
-2%	-1%	-1%	-6%	-3%
48%	45%	44%	43%	45%
0%	0%	0%	0%	0%
4%	7%	8%	3%	6%
-2%	-1%	-2%	-2%	-2%
0%	0%	0%	0%	0%
2%	6%	6%	1%	4%
1%	2%	0%	1%	1%
0%	0%	0%	0%	0%
1%	4%	3%	0%	2%

Fuente: Sitio oficial de la compañía. Elaboración y cálculos propios.

El siguiente caso presentado se trata de Grupo Bimbo, en donde se detecta un efecto distinto al que se pudo señalar para FEMSA. Los costos de ventas tienden ligeramente a la alza, probablemente ligada al incremento de ventas experimentado a lo largo de los cuatro trimestres del año, sin embargo, al momento de dolarizar estos montos, es posible observar cómo en porcentaje de ventas los costos incluso se incrementan, probablemente debido a que los ingresos de esta compañía se perciben en pesos, generando un reconocimiento de "revenue" (Ventas) en dólares con devaluación, debido a que los pesos mexicanos con el paso del tiempo valen menos dólares. También en este caso se considera conveniente la oportunidad de analizar la composición de las ventas en las divisas originales para clarificar en qué forma exacta el tipo de cambio le genera ineficiencia a su operación.

El siguiente paso radica en observar el balance general de partidas monetarias¹¹, para el cual tomaremos el ejemplo de FEMSA, debido a la disponibilidad de su información pública para hacer el análisis buscado.

	Moneda Extranjera en Dólares					Total
	DLLS 23%	COL 1%	ARG 1%	Reales 33%	MXN 43%	
ACTIVOS	950	42.06	46.26	1,371	1,796	4,206
Activo circulante						
Efectivo y otras inversiones	547	24	27	789	1,034	2,422
Crédito por ventas	228	10	11	329	431	1,008
Cuentas por cobrar	-	-	-	-	-	-
Activo no circulante						
Otras inversiones	-	-	-	-	-	-
cuentas por cobrar y otros activos.	175	8	9	253	331	776
PASIVOS	2,243	99	109	3,235	4,237	9,923
Pasivos circulantes						
Cuentas por pagar	757	34	37	1,092	1,431	3,351
Préstamos	-	-	-	-	-	-
Otros pasivos	-	-	-	-	-	-
Pasivos no circulantes						
Préstamos	1,244	55	61	1,794	2,350	5,503
Otros pasivos	242	11	12	349	456	1,069
Posición neta A / (P)	(1,292)	(57)	(63)	(1,864)	(2,441)	(5,718)

Fuente: Sitio oficial de la compañía. Elaboración y cálculos propios.

En el balance general presentado es posible observar la composición de los rubros listados en las diferentes monedas en las que la compañía tiene transacciones. Para este caso se hace un enfoque en los pesos mexicanos y dólares. El estado financiero de FEMSA emitido para el cuarto trimestre de 2014 indica que la deuda se compone de la siguiente manera para las diferentes monedas con las que opera:

¹¹ Rodríguez (1999) define posición monetaria neta como la diferencia entre los activos y pasivos monetarios en un momento determinado. Posición monetaria de la entidad es pasiva, si sus pasivos monetarios son mayores a sus activos más líquidos

Mezcla de monedas y tasas	% de Total
Contratado en:	
Pesos mexicanos	42.7%
Dólares	22.6%
Pesos colombianos	1.0%
Pesos argentinos	1.1%
Reales	32.6%
Deuda Total	100.0%

Fuente: Sitio oficial de la compañía.

Tomando como premisa la composición de deuda especificada por FEMSA en su publicación, se presenta el ejercicio de balance de partidas monetarias prorrateando el balance general de la compañía de acuerdo con dichos porcentajes tanto para activos como pasivos, con el fin de proceder a realizar en análisis pertinente.

El balance de partidas monetarias nos muestra cómo se compone la estructura de capital de la compañía en las diferentes monedas que maneja en sus operaciones. Los montos son expresados en dólares, mediante un cálculo de conversión de los pesos mexicanos presentados en la publicación al tipo de cambio de cierre de diciembre de 2014, el cual se estipuló el 14.7180 pesos por dólar, de acuerdo con Banxico para solventar obligaciones. El observar la columna de MXN se observa cómo la proporción de pasivos monetarios es mayor a la de los activos, por lo que se puede determinar que la compañía tiene una posición pasiva monetaria, sus deudas pagaderas en efectivo sobrepasan sus activos más líquidos. Tomando en consideración el incremento que sigue experimentando el tipo de cambio para 2015, es posible demostrar en el siguiente ejercicio el efecto de la posición pasiva de FEMSA debido a la depreciación del peso mexicano:

	MXN	Tipo de Cambio		
		Dic-14 14.7180	Ene-15 14.8414	Feb-15 14.9624
ACTIVOS	26,430	1,796	1,781	1,766
Activo circulante				
Efectivo y otras inversiones	15,219	1,034	1,025	1,017
Credito por ventas	6,338	431	427	424
Cuentas por cobrar	-	-	-	-
Activo no circulante				
Otras inversiones	-	-	-	-
cuentas por cobrar y otros activos.	4,874	331	328	326
PASIVOS	62,364	4,237	4,202	4,168
Pasivos circulantes				
Cuentas por pagar	21,059	1,431	1,419	1,407
Prestamos	-	-	-	-
Otros pasivos	-	-	-	-
Pasivos no circulantes				
Prestamos	34,586	2,350	2,330	2,312
Otros pasivos	6,718	456	453	449
Posición neta A / (P)	(35,933)	(2,441)	(2,421)	(2,402)

Fuente: Sitio oficial de la compañía. Elaboración y cálculos propios.

Siguiendo con la porción de balance que está denominada en pesos mexicanos, tomando una premisa de que el balance de partidas monetarias se mantiene constante al paso del tiempo, el efecto del tipo de cambio pudiera darnos un indicio de que en realidad existe beneficio para la organización. Los pesos mexicanos mostrados en la columna (MXN) en la tabla anterior son convertidos al tipo de cambio de cierre de cada periodo mostrado (tipo de cambio al día ultimo del periodo) es decir, cantidades en dólares en las columnas de DIC-14, ENE-15, FEB-16, el cual sigue un patrón a la alza. Se observa cómo, tanto los activos como los pasivos, disminuyen conforme transcurre el tiempo, sin embargo la posición pasiva de la empresa genera que sus deudas cada vez valgan menos dólares, eliminando el efecto de disminución de sus activos y generando un ingreso monetario representado por la diferencia existente entre activos y pasivos.

Como último punto, es conveniente proceder a analizar la forma en que la presentación de información financiera también se ve afectada por las fluctuaciones tan importantes del valor de las divisas extranjeras. Para conceptualizar esta idea, se presenta el siguiente ejercicio con la información publicada de FEMSA para el resultado de su ejercicio 2014.

	2014			Diferencia
	MXN	USD (Tipo de Cambio: 14.75)	USD (Tipo de Cambio 13.2983)	
Ingresos totales	263,449	17,861	19,811	(1,950)
Costo de ventas	(153,278)	(10,392)	(11,526)	1,134
Utilidad bruta	110,171	7,469	8,285	(816)
Gastos generales y administrativos	(10,244)	(694)	(770)	76
Gastos de ventas	(69,016)	(4,679)	(5,190)	511
Otros gastos operativos	(179)	(12)	(13)	1
Utilidad de operación	30,732	2,084	2,311	(227)
Productos financieros (gastos)	(6,988)	(474)	(525)	51
Utilidad antes de impuestos, ganancias de capital (pérdidas)	23,744	1,610	1,785	(175)
Ganancias de capital(pérdidas) de compañías asociadas	5,139	348	386	(38)
Utilidad antes de impuestos e intereses	28,883	1,958	2,172	(214)
Impuesto sobre la renta	(6,253)	(424)	(470)	46
Utilidad neta antes de intereses.	22,630	1,534	1,702	(168)
Intereses en otras subsidiarias.	-	-	-	-
Utilidad neta(pérdida)	22,630	1,534	1,702	(168)

Fuente: Sitio oficial de la compañía. Elaboración y cálculos propios.

La compañía en cuestión emite sus estados financieros tanto en pesos mexicanos como en dólares, sin embargo en sus notas especifica que los dólares se expresan a través de una conversión "al tipo de cambio de 14.7500 pesos mexicanos por dólar americano, publicado por la Junta de la Reserva Federal de EE.UU. en su comunicado semanal "H.10" de tipos de cambio a esa fecha" (FEMSA, p. 56, 2015). Así mismo, hace una importante aclaración al detallar en esa misma nota que "esta conversión aritmética no debe interpretarse como manifestación de que las cifras expresadas en pesos mexicanos pueden convertirse en dólares americanos en ese o cualquier otro tipo de cambio", por lo que podemos concluir que las operaciones mostradas no se encuentran expresadas en tipos de cambio específico del día en que fueron efectuadas, probablemente debido a la dificultad de su registro. Sin embargo, la norma de contabilidad citada en el marco teórico señala que es posible expresar estos montos utilizando un tipo de cambio promedio, que trate de mostrar una realidad cercana a la situación económica. Tomando como base los tipos de cambio emitidos por Banxico para solventar obligaciones a lo largo de todo 2014, es posible determinar un promedio de 13.2983 pesos por dólar para estudiar el ejercicio presentado. Convirtiendo los pesos mexicanos presentados en sus estados financieros a ambos tipos de cambio, podemos ver que la diferencia generada por los diferentes criterios es de importante consideración, debido a la nula estabilidad del valor del dólar a lo largo de 2014, principalmente durante el último trimestre.

Ante esta situación del sistema cambiario, es posible que la información financiera requiera de una mayor y más detallada atención, con el fin de presentar estados financieros más apegados a la realidad de las diversas monedas extranjeras.

4. Resultados.

Partiendo de la metodología presentada, es posible resumir los resultados obtenidos como sigue:

- Algunas de las compañías multinacionales establecidas en México, como es el caso de FEMSA, que incurren en costos y gastos en pesos mexicanos, pudieran experimentar una mejora operativa ligada a la devaluación de la moneda nacional, debido a que al expresar esos montos a un tipo de cambio de dólar cada vez más caro, frente a ingresos en dólares estables, estarían mejorando sus márgenes brutos y operativos.
- Las partidas monetarias del balance general juegan el papel principal en esta dinámica de fluctuación cambiaria, pues reciben el impacto directo de la devaluación del peso mexicano. Sin embargo, pudiera existir un beneficio de este suceso si es que la posición monetaria de la entidad es pasiva, es decir, que sus pasivos monetarios sean mayores a sus activos más líquidos, debido a que el encarecimiento del dólar americano genera que la deuda en dólares sea cada vez menor, generando una reducción a su pasivo por puro efecto de tipo de cambio.
- La presentación de información a través de los estados financieros también requiere de atención al estar inmersos en una economía donde el tipo de cambio puede ser muy fluctuante. Las normas de presentación de información permiten una gama interesante de opciones para cumplir con los estándares de reportes, pero se está frente a un mercado cambiario tan volátil que los métodos actuales de cálculos y conversiones pudieran ser inadecuados, como se presento en los resultados de los casos presentados.

5. Conclusiones.

La volatilidad de las divisas mundiales es un tema al que las compañías de todos niveles y dimensiones estarán expuestas durante el transcurso de sus operaciones. El desempeño de la economía de un país tan poderoso como lo es Estados Unidos regirá el comportamiento de los tipos de cambio de importante manera. Ante esta realidad, las compañías establecidas en México deben reconocer la forma en que se verán impactadas por la fluctuación cambiaria y actuar de tal manera que el efecto negativo sea el mínimo posible y el positivo sea maximizado para generar competitividad.

Como se mostró en los resultados obtenidos, una entidad que percibe ingresos en dólares, pudiera mitigar los efectos de esta volatilidad, siempre y cuando la demanda y precio de los bienes y servicios que vende no estén en función del valor de la moneda extranjera y sus oscilaciones. Así mismo, existe un tipo de apalancamiento referente a los gastos y costos incurridos en moneda nacional devaluada, lo cual puede traducirse en mejora de eficiencia operativa si es que los ingresos en dólares permanecen estables o incrementan por el encarecimiento del dólar.

Así mismo, el efecto de la posición financiera monetaria en cuanto a la estructura de capital, conforma una estrategia a analizar para los tiempos de volatilidad cambiaria. La captación de deuda en moneda devaluada frente a ingresos en moneda fuerte generan una posición benéfica para la entidad, depreciando los pasivos monetarios conforme el dólar va en incremento.

Por otro lado, la presentación de información a través de estados financieros en múltiples monedas también recibe su impacto. Las compañías tienen un área de oportunidad a trabajar, que consiste en expresar información cada vez más apegada a la realidad cambiaria, por lo que una reforma proveniente desde el registro contable debería proporcionar la capacidad de reportar operaciones con tipos de cambio específico del día de la transacción en cuestión, para después mostrar estados financieros específicos y al detalle de las operaciones comerciales efectuadas.

Para concluir, es importante resaltar que para poder profundizar en los análisis efectuados en este trabajo resultaría conveniente contar con información financiera más detallada de una muestra más adecuada, que permita analizar las diferentes voces de gastos

y la composición exacta de los balances monetarios, con el objetivo de fundamentar de manera generalizada los puntos expuestos y conclusiones propuestas.

6. Bibliografía.

Banco de México (2015). Tipo de cambio para solventar obligaciones denominadas en dólares de los EE.UU.A., pagaderas en la República Mexicana. Recuperado de: <http://www.banxico.org.mx/portal-mercado-cambiario/index.html>, el 19 de abril de 2015.

Banco Interamericano de Desarrollo (2001). Competitividad: el motor del crecimiento. Progreso económico y social en América Latina, informe 2001, p.124. Recuperado de: <https://books.google.com.mx>, el 19 de abril de 2015.

El peso débil deja ganadores y perdedores (2015). El Informador. Recuperado de: <http://www.informador.com.mx/economia/2015/583367/6/el-peso-debil-deja-ganadores-y-perdedores.htm>, el 19 de abril de 2015.

Encinas Ferrer, C. (2009). Competitividad y tipo de cambio en la economía mexicana. Comercio Exterior, vol. 59, núm. 3, p.182. Recuperado de: http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/124/2/182_Encinas.pdf, el 19 de abril de 2015.

Fiorito, A., Guaita, N., y Guaita, S. (2015). Neodesarrollismo y el tipo de cambio competitivo. Cuadernos de Economía, p.48. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=282133439004>, el 19 de abril de 2015.

Hernández Sotelo, A. (2014). ¿Por qué nos influye el tipo de cambio?. Forbes México. Recuperado de: <http://www.forbes.com.mx/por-que-nos-influye-el-tipo-de-cambio/>, el 19 de abril de 2015.

IASB, International Accounting Standards Board (2003). Norma Internacional de Contabilidad 21: Efectos de las Variaciones en las Tasas de Cambio de la Moneda Extranjera. IFRS. Recuperado de: https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/21_NIC.pdf, el 19 de abril de 2015.

Jiménez, R. (2014). Peso registra devaluación de 2.55% este año. El Economista. Recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2014/10/01/peso-registra-devaluacion-255-ano>, el 19 de abril de 2015.

Mántey, G. (2013). ¿Conviene flexibilizar el tipo de cambio para mejorar la competitividad?. Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía, vol. 44, núm. 175, p.11. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11828895002>, el 19 de abril de 2015.

Maudos Villarroya, J. y Fernández de Guevara Radoselovics, J. (2008). Fundación BBVA, 1a. Edición, p.151. Recuperado de: <https://books.google.com.mx>, el 19 de abril de 2015.

Quintana, E. (2015). Seis preguntas sobre la devaluación del peso. El Financiero. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/seis-preguntas-sobre-la-devaluacion-del-peso.html>, el 19 de abril de 2015.

Reportes Financieros FEMSA (2014). Recuperado de: <http://ir.femsa.com/mx/reports.cfm>, el 19 de abril de 2015.

Reportes Trimestrales Grupo Bimbo (2014). Recuperado de: <http://www.grupobimbo.com/ri/>, el 19 de abril de 2015.



ANÁLISIS FINANCIERO COMPARATIVO WALMART - SORIANA

Autores:

Lic. Juan Aranda López M.E.

juan_aranda@yahoo.com

FIME – UANL

Capricornio 191-A

Col. Contry

Monterrey, N.L.

Ing. Irma Verónica Carreón Cavazos M.A

veronicacarreon@hotmail.com

FIME - UANL

Salerno 1236

Col. Cumbres San Agustín

Monterrey N.L.

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 28/Mayo/2015

RESUMEN

En el trabajo se realiza un análisis comparativo de dos corporativos líderes en México en el segmento de tiendas de autoservicio: Walmart y Soriana. Ambas empresas, conjuntamente, son predominantes en el mercado mexicano y trabajan con estrategias de penetración utilizando diversos formatos de tiendas.

La metodología del trabajo se basa en el análisis comparativo de los estados financieros publicados en los últimos 5 años, trabajando para tal efecto con las razones financieras de rentabilidad, liquidez, apalancamiento, etc. Por otra parte, la evolución del precio de las acciones en base a Bloomberg, sirve para valorar la hipótesis de la investigación.

El hallazgo más relevante es la comprobación de la hipótesis, en el sentido de que la rentabilidad de las empresas solo se refleja parcialmente en los precios de las acciones de las empresas. Señalamos que una de las limitaciones de la investigación es que comprende únicamente dos empresas, además de que el horizonte temporal de nuestro análisis es relativamente corto.

ABSTRACT

Walmart and Soriana: In this work a comparative analysis of two corporate leaders in Mexico in the segment of supermarkets is performed. Both companies together are predominant in the Mexican market and work with penetration strategies using various store formats.

The work methodology is based on comparative analysis published in the last five years financial statements, working to that end with the financial ratios of profitability, liquidity, leverage, etc. Moreover, the evolution of the stock price based on Bloomberg serves to evaluate the research hypotheses.

The most relevant finding is the testing of the hypothesis, in the sense that the profitability of companies only partially reflected in the stock prices of companies. We note that one of the limitations of the research is that it comprises only two companies in addition to the time horizon of our analysis is relatively short.

Introducción

El presente trabajo de investigación es de tipo documental y está basado en la información de los estados financieros publicada por la Bolsa Mexicana de Valores, comprendiendo un análisis comparativo de los últimos 5 años tomando como base el Balance General y el Estado de Resultados de Soriana y Walmart, empresas líderes a nivel nacional en el mercado de tiendas de autoservicio. El objetivo es investigar en qué medida los precios de mercado de las acciones de estos corporativos reflejan el desempeño que han tenido de acuerdo a los informes publicados en sus estados financieros; en otras palabras, se analiza qué tan eficiente es el mercado de valores para reflejar el desempeño financiero de las empresas analizadas.

En la primera parte del trabajo se exponen brevemente las características generales de cada uno de los corporativos, tanto en referencia a su predominancia a nivel regional como a las políticas y estrategias adoptadas para incorporarse nuevas parcelas de mercado.

En la segunda parte se muestra el análisis del desempeño financiero, con el auxilio de razones financieras de Rentabilidad, Productividad, Apalancamiento y Liquidez, destacándose los factores favorables y desfavorables reflejados por las razones financieras, así como las implicaciones de

políticas y estrategias que los mismos conllevan. Todo lo anterior se realiza a la luz de los cánones establecidos en la teoría de Administración Financiera y tomando en cuenta los aspectos más relevantes cubiertos en el curso de posgrado que imparte uno de los autores, en la Maestría en Administración Industrial y de Negocios de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

En forma paralela, se revisa la evolución de los precios de las acciones emitidas por ambos corporativos publicados por la Bolsa Mexicana de Valores, en comparación con el desempeño de las empresas, medido éste por la relación precio/utilidad por acción, durante los últimos 5 años.

La idea es validar la hipótesis de que los precios de las acciones reflejan solo parcialmente el desempeño de ambos corporativos, medido éste por el margen de utilidad y la relación precio/utilidad por acción. Para este múltiplo se toma como fuente de información la página de Bloomberg.

La tercera parte comprende las conclusiones y recomendaciones de la investigación, las cuales se plantean en términos de la hipótesis establecida en el Marco Metodológico: **La evolución de los precios de las acciones en el Mercado de Valores refleja solo parcialmente la rentabilidad de las empresas Walmart y Soriana.**

Se hacen algunos comentarios finales respecto a la reciente adquisición de La Comer por parte de Soriana y su impacto en el posicionamiento de mercado y en los pasivos financieros de la empresa.

Marco Contextual

Descripción de los Corporativos Soriana y Walmart

En la Tabla 1 se muestra la información obtenida en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) (Grupo BMV, s.f.) relacionada con la información General de Soriana.

Tabla 1
Información General

Clave de cotización:	SORIANA
Series:	<u>Capitales Deuda</u>
Fecha de constitución:	18/12/1981
Fecha de listado en la BMV:	30/09/1987
Relación con Inversionistas:	@ AURELIO ADAN (DIRECTOR DE ADMON Y FINANZAS)
Teléfono:	018183299006
E-mail:	aurelioah@soriana.com.mx
Oficinas Corporativas:	ALEJANDRO DE RODAS NO. 3102-A, CUMBRES 8VO SECTOR, 64610, MONTERREY, NL
Teléfono:	018183299000
Fax:	018183299000
Dirección de internet:	www.soriana.com

Como se puede apreciar en la Tabla 1, Soriana tiene 28 años cotizando en la BMV, ya que fue enlistada el 30 de septiembre de 1987 y sus Oficinas Corporativas se encuentran en Monterrey, N.L., pero su gran expansión ha permitido que a la fecha alcance una cobertura nacional.

Actualmente está presente en 258 (ciudades) municipios a lo largo de los 32 estados de México. Con más de 3.2 millones de metros cuadrados de piso de venta distribuidos a lo largo de los diversos formatos de tienda. Cuenta con 14 Centros de Distribución ubicados estratégicamente en 8 estados del país.

Su impacto en el empleo es importante ya que su fuerza laboral está conformada por más de 85,000 colaboradores. Sus oficinas corporativas se encuentran localizadas en la ciudad de Monterrey, N.L.

En diciembre de 2007, se firma un acuerdo con Gigante a través del cual Organización Soriana adquiere los derechos de contratos de arrendamiento y la transferencia de activos operativos de Gigante relacionados con la operación de 206 unidades de autoservicio, 199 en México y 7 en los EE.UU., en donde se encuentran ubicadas las tiendas de autoservicio que opera.

Información Financiera

Los Estados Financieros de la compañía, correspondientes al período 2009-2013, reflejan el crecimiento que ha tenido la empresa en esta última etapa, además de la evolución de sus utilidades

en años recientes. En las Tablas 2y 3se presenta la información del Balance General y Estado de Resultados de Soriana tomando al año 2009 en base 100 (Corporación Soriana, (s. f.).

En la Tabla 2 se aprecia el fuerte crecimiento de los activos totales durante los 5 años que comprende el análisis, sin embargo, los pasivos totales no registraron incrementos importantes, pero la inversión de los accionistas refleja un cambio significativo.

Tabla 2.
Resumen del Balance General Consolidado SORIANA (2009-2013)

ACTIVO	2009	2010	2011	2012	2013
Activo circulante:					
Efectivo e inversiones temporales	100,0	97,5	144,1	62,4	77,9
Inventarios (Nota 5)	100,0	112,7	119,3	121,9	135,4
Total activo circulante	100,0	112,4	129,9	124,6	142,0
Inmuebles, mobiliario y equipo, neto (Nota 6)	100,0	104,3	109,0	112,4	116,4
TOTAL ACTIVO	100,0	105,3	112,3	113,2	120,1
PASIVO E INVERSIÓN DE LOS ACCIONISTAS					
Pasivo a corto plazo:					
Proveedores	100,0	109,8	129,2	124,9	132,4
Certificados bursátiles (Nota 10)	100,0	62,3	175,4	77,8	55,2
Total pasivo a corto plazo	100,0	102,0	135,8	119,8	121,1
Pasivo a largo plazo:					
Deuda a largo plazo (Nota 10)	100,0	99,2	16,6	15,3	15,4
Otros pasivos	100,0	121,5	1561,9	1551,0	1486,1
Total pasivo a largo plazo	100,0	101,2	70,9	75,3	83,6
Total pasivo	100,0	101,7	108,3	100,9	105,2
Compromisos y contingencias (Nota 16)					
Inversión de los accionistas (Nota 13):					
Capital social	100,0	100,0	60,6	60,6	60,6
Capital aportado			100,0	100,0	100,0
Utilidades acumuladas de años anteriores	100,0	110,2	125,8	136,8	151,1
Utilidad neta del año	100,0	114,3	112,2	124,0	108,7
Total inversión de los accionistas	100,0	109,2	116,6	126,1	135,9
TOTAL PASIVO E INVERSIÓN DE LOS ACCIONISTAS	100,0	105,3	112,3	113,2	120,1

NOTA:

* La tasa media anual de crecimiento de los Activos Totales es de 4%

* La tasa media anual de crecimiento de los Pasivos Totales es de 1%

* La tasa media anual de crecimiento de la inversión de los accionistas es de 7.1 %

En la Tabla 3 se aprecia un crecimiento permanente en las ventas netas, aunque en el 2013 se desaceleró el crecimiento por el efecto de la crisis en la economía mexicana, derivada de la crisis mundial. Lo anterior se corrobora al observar una reducción en la utilidad neta en el 2013, en relación al año anterior.

Tabla 3
Estado de Resultados Consolidado SORIANA (2009-2013)

	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas netas	100,0	105,7	110,9	115,8	116,0
Total Ingresos				100,0	100,4
Costo de ventas	100,0	105,4	110,7	118,1	117,7
Utilidad bruta	100,0	106,9	111,5	117,8	121,5
Gastos generales	100,0	105,5	112,7	117,7	121,6
Utilidad de operación	100,0	111,3	108,0	118,0	121,2
Costo financiero, neto (Nota 18)	100,0	46,4	63,5	30,4	42,0
Resultado antes de las provisiones de impuestos	100,0	122,7	115,9	135,5	138,6
Impuesto sobre la renta causado	100,0	214,9	136,4	171,1	165,8
Impuesto sobre la renta diferido	100,0	42,4	153,4	166,2	322,1
Utilidad neta consolidada del año	100,0	114,3	106,7	124,0	108,7
Total de utilidad integral consolidada	100,0	114,3	106,7	123,2	109,1
Utilidad por acción en pesos (Nota 3n y Nota 16)	100,0	114,5	106,9	124,5	109,4

En la Tabla 4 se muestra la información obtenida en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) (Grupo BMV, s.f.) relacionada con la información General de Walmart.

Tabla 4
Información General

Clave de cotización:	WALMEX
Capitales	
Series:	
Fecha de constitución:	25/10/1965
Fecha de listado en la BMV:	25/10/1974
Relación con Inversionistas:	. MARIANA RODRIGUEZ (DIR. REL CON
Teléfono:	INVERSIONISTAS)
	52830100
E-mail:	m.rodiguez@wal-mart.com
Oficinas Corporativas:	NEXTENGO NO. 78, SANTA CRUZ ACAYUCAN, 02770,
	MEXICO, DF
Teléfono:	53283500

Fax:	53283557
Dirección de internet:	www.walmartmexico.com.mx

Como se puede apreciar en la Tabla 4, Walmart tiene 40 años cotizando en la BMV, ya que fue enlistada el 25 de octubre de 1974 y sus Oficinas Corporativas de se encuentran en México D.F., pero su gran expansión ha permitido que a la fecha alcance una cobertura nacional.

A partir de 2010, Walmart de México y Centroamérica, es una de las cadenas comerciales más importantes de la región. Cuenta con más de 226,200 asociados laborando en 2,861 unidades que incluyen tiendas de autoservicio, clubes de precios con membresía, tiendas de ropa y sucursales bancarias. Están presentes en 6 países: México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

Información Financiera

Los Estados Financieros de la compañía reflejan el fuerte crecimiento y gran penetración de mercado que ha alcanzado la empresa a lo largo de los últimos 5 años. En las Tablas 5 y 6 se presenta la información del Balance General y Estado de Resultados de Walmart tomando al año 2009 en base 100 (Corporación Walmart, (s. f.).

Tabla 5
Resumen del Balance General Consolidado WALMART (2009-2013)

Activo	2009	2010	2011	2012	2013
Circulante:					
Efectivo y equivalentes de efectivo	100,0	126,6	129,2	144,6	108,5
Cuentas por cobrar – neto (Nota 5)	100,0	124,1	196,7	187,3	230,6
Inventarios – neto (Nota 6)	100,0	128,9	174,7	173,6	194,5
Inmuebles y equipo – neto (Nota 7)	100,0	120,5	131,2	138,3	142,6
Total del activo	100,0	146,3	164,7	167,0	172,9
Cuentas por pagar a proveedores (Nota 11)	100,0	125,1	167,4	147,4	156,7
Suma el pasivo a plazo menor de un año	100,0	127,1	166,8	155,7	164,7
Otros pasivos a largo plazo (Nota 15)	100,0	304,0	368,6	283,9	309,3
Impuesto sobre la renta diferido (Nota 16)	100,0	127,0	113,0	120,3	125,1
Obligaciones laborales (Nota 17)	100,0	485,0	573,8	698,5	641,4

Total del pasivo	100,0	143,9	180,1	164,9	174,7
Inversión de los accionistas (Nota 18):					
Capital social	100,0	222,6	196,2	196,2	195,4
Utilidades acumuladas	100,0	118,7	139,4	159,7	163,6
Total de la inversión de los accionistas	100,0	147,4	155,0	168,0	171,9
Total del pasivo, inversión de los accionistas y participación no controladora	100,0	146,3	164,7	167,0	172,9

Nota : Los activos totales y los pasivos totales registraron una tasa media anual de crecimiento mayor a 18 %.

Se observa en la Tabla 5, que los Activos totales de Walmart tuvieron un crecimiento del

72.9 % , el cual fue soportado por el aumento similar en los pasivos totales aunque los de largo plazo registraron un crecimiento mucho mas alto.

Tabla 6
Estado de Resultados Consolidado WALMART (2009-2013)

	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas netas	100,0	124,2	139,3	153,6	156,1
Total ingresos	100,0	124,2	140,1	154,6	157,2
Costo de ventas	100,0	123,6	138,7	152,7	-156,5
Utilidad bruta	100,0	126,4	145,2	161,4	159,8
Gastos generales	100,0	129,4	153,0	170,4	170,9
Utilidad de operación	100,0	121,4	132,6	146,7	141,6
Ingresos (gastos) financieros - neto (Nota 16)	100,0	69,5	28,6	60,3	-2,3
Utilidad de operación	100,0	120,0	128,6	140,8	137,0
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	100,0	120,0	129,4	142,5	136,9
Impuestos a la utilidad (Nota 16)	100,0	129,8	123,9	153,4	153,2
Utilidad neta consolidada	100,0	116,4	131,4	138,5	135,1
Pérdidas actuariales por obligaciones laborales			100,0	413,7	0,0
Resultado por conversión de monedas extranjeras			100,0	-103,0	0,0
Participación controladora	100,0	116,3	138,4	129,6	239,3
Utilidad por acción (en pesos)	100,0	110,6	124,1	131,3	128,5

Nota : La utilidad neta registró un crecimiento medio anual de 7 %

Lo más destacable de la Tabla 6, es que la utilidad neta consolidada registró un crecimiento del 38.5% durante los primeros 4 años, pero en el 2013 la utilidad neta consolidada fue menor que la del año anterior. Sin embargo, en comparación con Soriana, para Walmart no fue tan fuerte el impacto de la crisis.

Marco Metodológico

Fuentes de información.

La investigación es de tipo documental y se basa en la información de los estados financieros básicos, Balance General y Estado de Resultados durante el período 2009-2013, publicados por la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) . Para facilitar el análisis comparativo de los mismos, se realizó una transformación considerando el 2009 como año base=100 . Otra fuente de información es Bloomberg, de la cual seleccionamos algunas gráficas que nos permitieron valorar la hipótesis de este trabajo, todas ellas referenciadas al período de análisis y enfocadas a las variables relevantes para nuestra investigación, tales como precios de las acciones, múltiplo de precio/utilidad por acción y margen de utilidad de los corporativos Soriana y Walmart.

Hipótesis de la Investigación

Para tomar las decisiones de inversión, uno de los indicadores consultado por los inversionistas es la evolución del precio de las acciones de la empresa, bajo el supuesto que esta evolución refleja el desempeño financiero de la misma en términos de sus estados financieros, particularmente, la relación precio/utilidad por acción. Sin embargo, podría suceder que el comportamiento de los precios de las acciones no reflejen fielmente la salud financiera de la empresa, motivo por el cual, en esta investigación se plantea la siguiente

HIPÓTESIS

La evolución de los precios de las acciones en el Mercado de Valores refleja solo parcialmente la rentabilidad de las empresas Walmart y Soriana.

Para aceptar o rechazar esta hipótesis hacemos uso de la información publicada por las fuentes referenciadas en el párrafo precedente. La comparación de los indicadores derivados de los estados financieros y los relacionados con el mercado de valores, nos permitirá valorar la hipótesis planteada en esta investigación, aceptándola o rechazándola en función del análisis que hacemos sobre las variables consideradas.

Razones Financieras

Las razones financieras son indicadores utilizados para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa y su capacidad para hacer frente a las diferentes obligaciones contraídas para poder desarrollar su objeto social, de acuerdo a Ochoa (2012)

Las razones financieras que a continuación presentamos, señaladas por Brealey y Myers (1998) como las más importantes llevan al análisis de ambas empresas y proyectan una perspectiva amplia de la situación financiera precisando el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura y todo lo que tenga que ver con su actividad.

Tabla 7
Razones Financieras

RENTABILIDAD	FÓRMULAS
Margen Operativo de Ventas	UTILIDAD OPERACIÓN/VENTAS NETAS
Retorno en Ventas ROS	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO/VENTAS NETAS
Retorno en Capital Contable (ROE)	UTILIDAD NETA/TOTAL CAPITAL CONTABLE
Retorno en Activos (ROA)	UTILIDAD NETA/TOTAL ACTIVOS
EBITDA a Capital Contable	EBITDA = ((UTILIDAD OPERACIÓN+(D&A))/CC
EBITDA a Activo Total	EBITDA = ((UTILIDAD OPERACIÓN+(D&A))/AT
PRODUCTIVIDAD Y/O ACTIVIDAD	
EMPRESARIAL	
FÓRMULAS	
Días de Inventario	INVENTARIO/(COSTO DE VENTA)/360)
Días de Cartera	CLIENTES/(VENTAS/360)
Días de CP o Días Proveedores	PROVEEDORES/(COSTO DE VENTA/360)
Ciclo Operativo	DIAS INVENTARIO + DIAS CARTERA
Rotación de Activos	VENTAS NETAS/ACTIVOS TOTALES
APALANCAMIENTO	
FÓRMULAS	
RAZON DE DEUDA O DE	
APALANCAMIENTO	TOTAL PASIVO/TOTAL ACTIVOS
PASIVO A CAPITAL	TOTAL PASIVO/CAPITAL CONTABLE
COBERTURA DE INTERESES	UTILIDAD DE OPERACIÓN/INTERESES
VENTAS A PASIVO TOTAL (x)	VENTAS NETAS/TOTAL PASIVO

LIQUIDEZ	FÓRMULAS
Liquidez (x)	ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE
Prueba del ácido	(ACTIVO CIRCULANTE-INVENTARIO)/PASIVO CIRCULANTE

Interpretación de las Razones Financieras.

En la Tabla 8 se presentan las Razones Financieras de Rentabilidad, las cuales se obtuvieron a partir de los datos históricos de los Estados Financieros, que comprenden el periodo 2009-2013. Para visualizar de manera rápida estos valores se presenta la Gráfica 1, la cual ayuda también a establecer el comparativo de los corporativos bajo estudio.

En la Tabla 9 se presentan las Razones Financieras de Productividad : días de inventario, días de cartera, días proveedores, ciclo operativo y rotación de activos, las cuales se visualizan con mayor facilidad en la Gráfica 2.

RENTABILIDAD

Miden el éxito de la empresa en un periodo determinado, desde el punto de vista financiero

Gráfica 1 *Razones de Rentabilidad (2009-2013)*

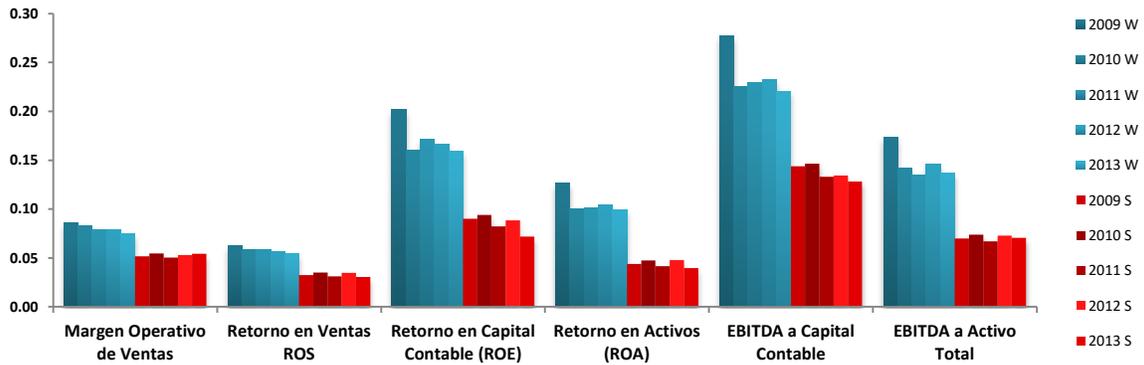


Tabla 8 Razones de Rentabilidad Walmart Vs. Soriana (2009-2013)

WALMART						RAZON FINANCIERA		SORIANA					
2009 W	2010 W	2011 W	2012 W	2013 W	2014 W	RENTABILIDAD		2009 S	2010 S	2011 S	2012 S	2013 S	2014 S
0,09	0,08	0,08	0,08	0,07	0,07	Margen Operativo de Ventas		0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
0,06	0,06	0,06	0,06	0,05	0,05	Retorno en Ventas ROS		0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
0,20	0,16	0,17	0,17	0,16	0,16	Retorno en Capital Contable (ROE)		0,09	0,09	0,08	0,09	0,07	0,07
0,13	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	Retorno en Activos (ROA)		0,04	0,05	0,04	0,05	0,04	0,04
0,28	0,23	0,23	0,23	0,22	0,22	EBITDA a Capital Contable		0,14	0,15	0,13	0,13	0,13	0,13
0,17	0,14	0,13	0,15	0,14	0,14	EBITDA a Activo Total		0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07

Podemos observar en la Tabla 8 y en la Gráfica 1, que la rentabilidad medida en cualquiera de las razones financieras consideradas, es siempre mayor en el caso de Walmart que en el de Soriana, esto durante todo el período analizado.

PRODUCTIVIDAD

Miden la eficiencia de la empresa en la administración de sus activos y pasivos

Gráfica 2 Razones de Productividad

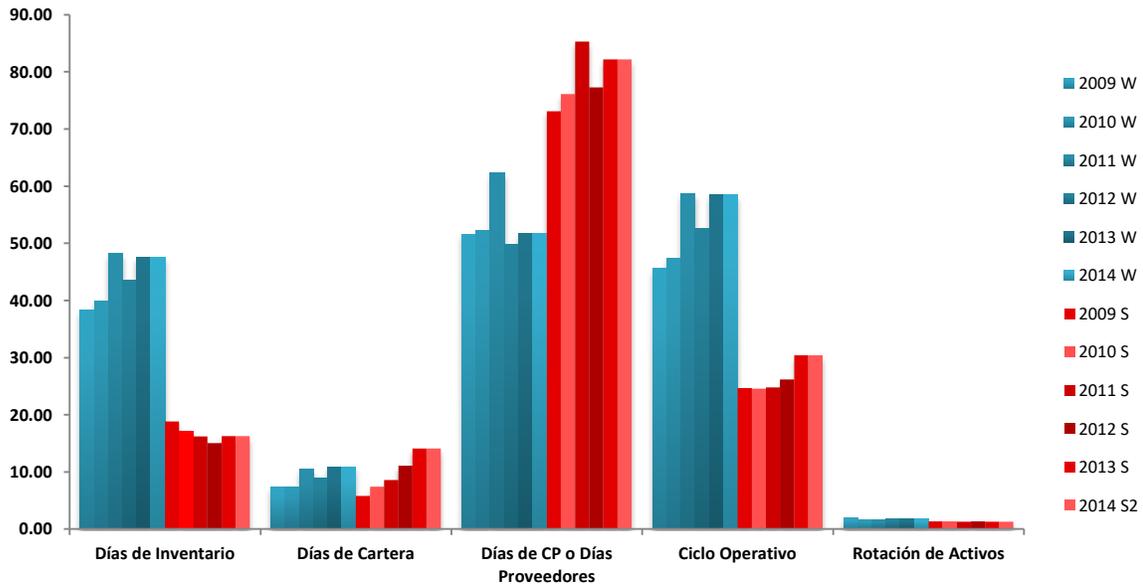


Tabla 9 Razones de Productividad Walmart Vs. Soriana (2009-2013)

WALMART					RAZON FINANCIERA		SORIANA				
2009 W	2010 W	2011 W	2012 W	2013 W	PRODUCTIVIDAD Y/O ACTIVIDAD EMPRESARIAL	2009 S	2010 S	2011 S	2012 S	2013 S	
38.27	39.93	48.21	43.51	47.55	Días de Inventario	18.84	17.17	16.21	15.04	16.29	
7.40	7.40	10.46	9.03	10.94	Días de Cartera	5.83	7.41	8.60	11.12	14.13	
51.62	52.25	62.32	49.83	51.70	Días de CP o Días Proveedores	73.10	76.12	85.31	77.30	82.21	
45.67	47.33	58.67	52.54	58.49	Ciclo Operativo	24.67	24.58	24.81	26.16	30.42	
2.02	1.72	1.71	1.86	1.83	Rotación de Activos	1.35	1.35	1.33	1.38	1.30	

La Tabla 9 y la Gráfica 2 señalan que Soriana registra indicadores de eficiencia mayores que los de Walmart, por ejemplo, los días de inventarios son mucho menores y por lo tanto su ciclo operativo también lo es. Por otra parte, resulta evidente que Soriana se apalanca más de sus proveedores, en comparación a Walmart.

En la Tabla 10 se presentan las Razones Financieras de Apalancamiento : razón de deuda, razón pasivo a capital, cobertura de intereses y la razón de ventas a pasivo total, las cuales se visualizan con mayor facilidad en la Gráfica 3. Esta tabla confirma que Soriana es quien registra las razones

financieras de apalancamiento más altas. Sin embargo, por razones de la escala utilizada, en la gráfica no se aprecia con la misma claridad que en el cuadro.

APALANCAMIENTO

Muestran si la empresa tiene mucha deuda, o si está financiada principalmente por acciones.

Gráfica 3 Razones de Apalancamiento (2009-2013)

Apalancamiento

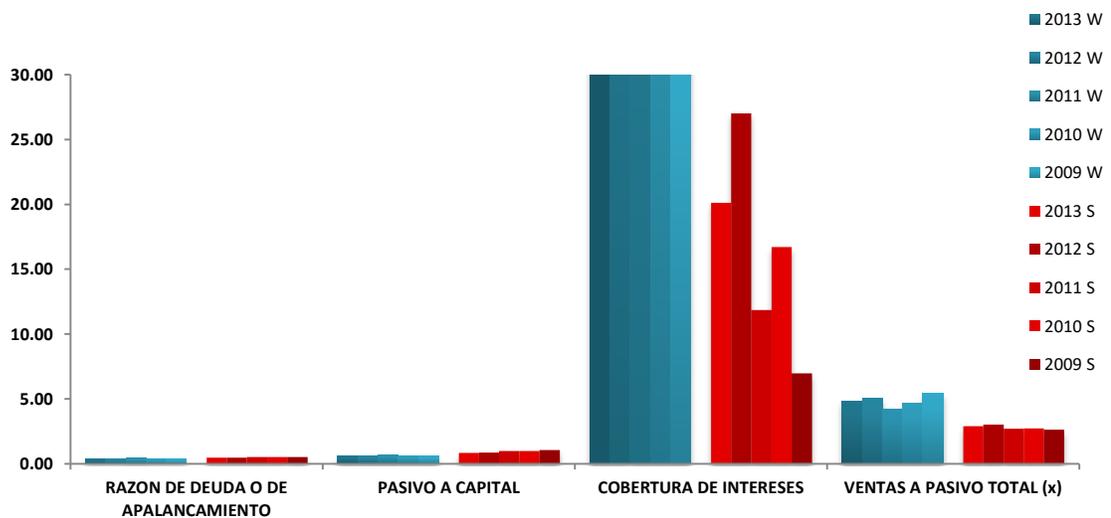


Tabla 10 Razones de Apalancamiento Walmart Vs. Soriana (2009-2013)

WALMART					RAZON FINANCIERA					SORIANA				
2009 W	2010 W	2011 W	2012 W	2013 W	APALANCAMIENTO					2009 S	2010 S	2011 S	2012 S	2013 S
0.38	0.37	0.41	0.37	0.38	RAZON DE DEUDA O DE APALANCAMIENTO					0.51	0.50	0.50	0.46	0.45
0.60	0.59	0.70	0.59	0.61	PASIVO A CAPITAL					1.06	0.99	0.98	0.85	0.82
34.77	60.07	156.10	81.19	2102.13	COBERTURA DE INTERESES					6.97	16.71	11.84	27.01	20.12
5.39	4.65	4.17	5.02	4.82	VENTAS A PASIVO TOTAL (x)					2.62	2.73	2.69	3.01	2.89

En la Tabla 11 se presentan las Razones Financieras de Liquidez, las cuales indican la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus compromisos de corto plazo, es decir, a los pasivos con vencimiento de un año o menos. La razón de liquidez y prueba de ácido, se visualizan con mayor facilidad en la Gráfica 4. Se observa que Walmart está mejor que Soriana, ya que su razón de

liquidez es bastante aceptable, Soriana, en cambio, refleja problemas de liquidez a lo largo de todo el período considerado, según los parámetros establecidos como aceptables, de acuerdo a Ross, Westrfield y Jaffe (2009).

LIQUIDEZ

Miden la habilidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo

Gráfica 4 Razones de Liquidez

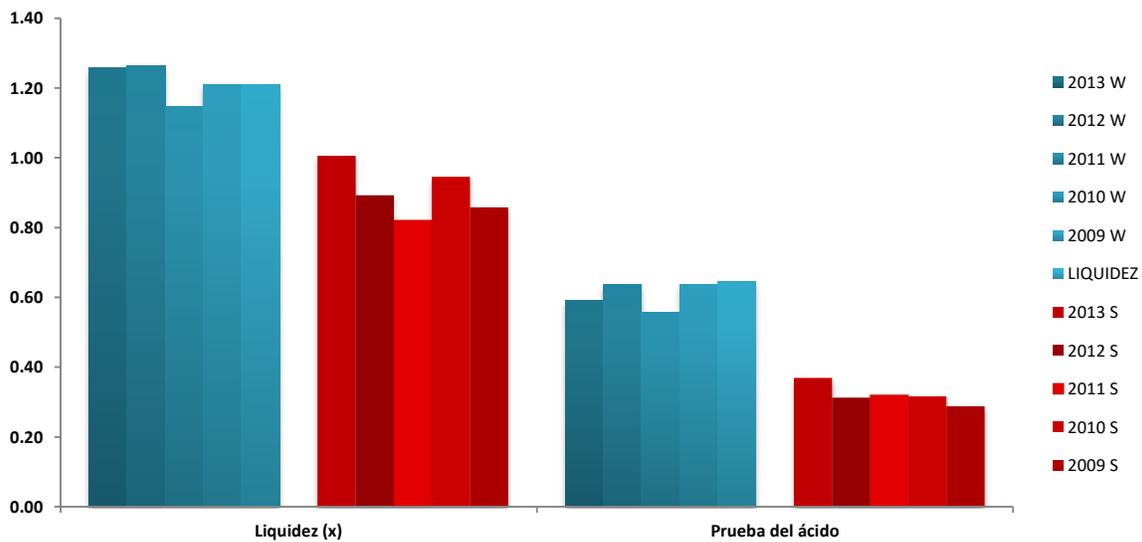


Tabla 11 Razones de Liquidez

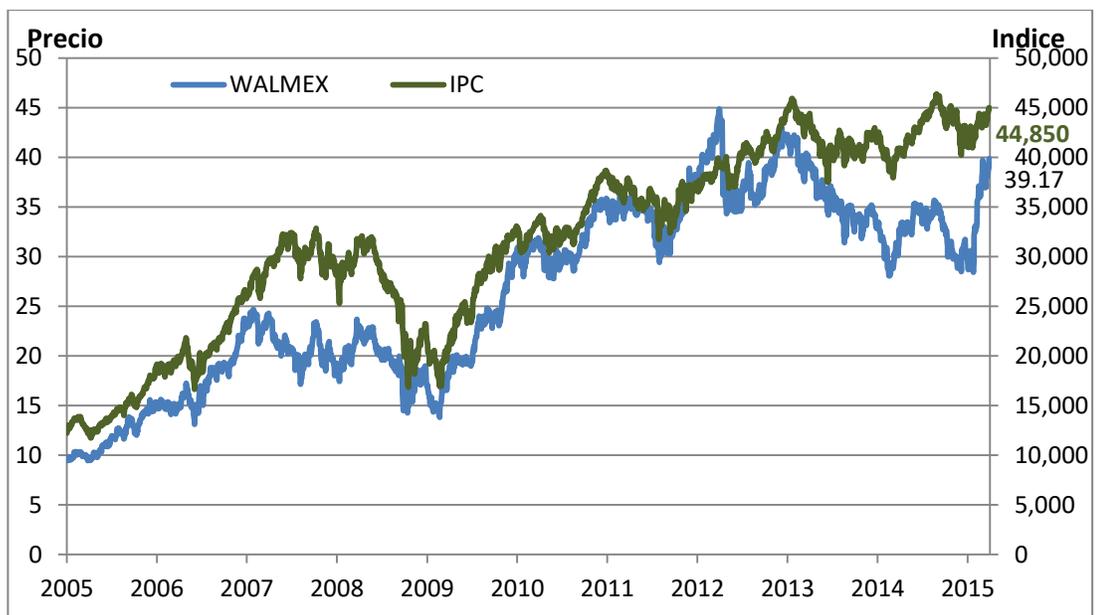
WALMART					RAZON FINANCIERA		SORIANA				
2009 W	2010 W	2011 W	2012 W	2013 W	LIQUIDEZ	2009 S	2010 S	2011 S	2012 S	2013 S	
1.21	1.21	1.15	1.27	1.26	Liquidez (x)	0.86	0.95	0.82	0.89	1.01	
0.64	0.64	0.56	0.64	0.59	Prueba del ácido	0.29	0.32	0.32	0.31	0.37	

Gráficas del Mercado de Valores

ACCIONES

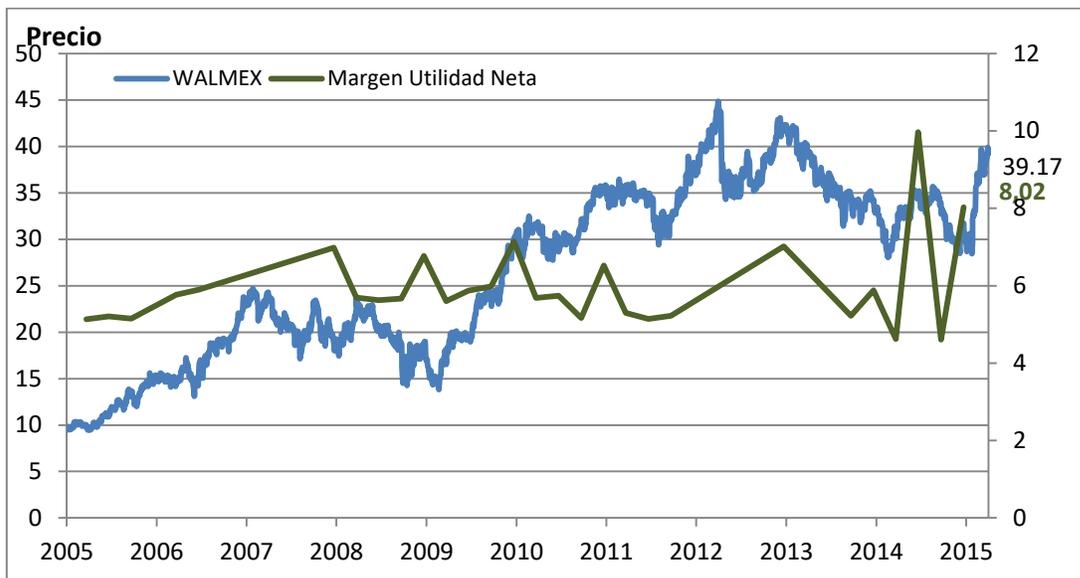
Títulos emitidos por una sociedad que representa el valor de una de las fracciones iguales en que se divide su capital social, según Berk y DeMarzo (2008). La Gráfica 5 describe la evolución de los precios de las acciones de Walmart comparado con el IPC de la BMV. (Bloomberg)

Gráfica 5.- Evolución comparativa del IPC de la BMV versus las Acciones de Walmart



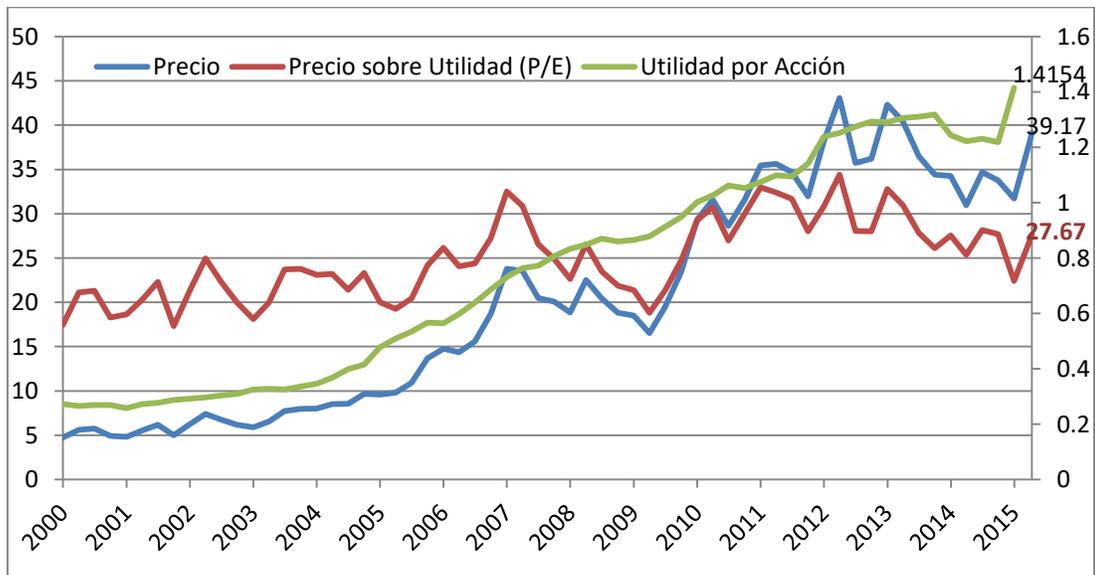
Esta gráfica muestra el desempeño del precio de las acciones durante el periodo analizado. En el año 2013 se presentó un decremento importante el cual se empieza a recuperarse en el 2015.

Gráfica 6 Precios históricos de las Acciones Walmart vs. Margen de Utilidad Neta



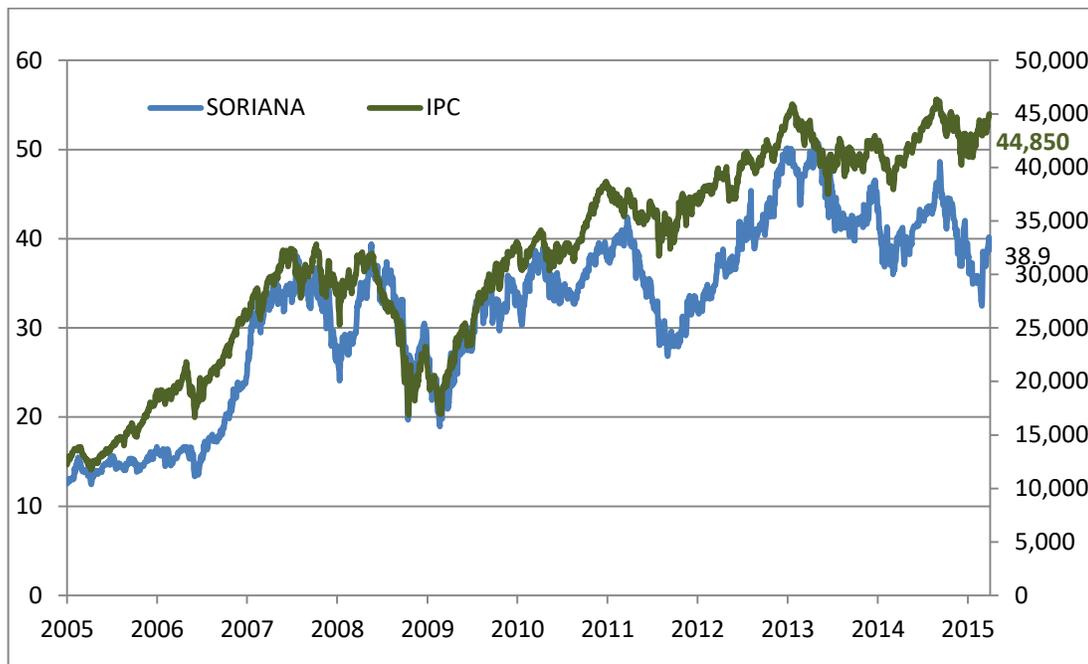
Los precios de las acciones de Walmart muestran una evolución importante en el horizonte de tiempo analizado. En las gráficas siguientes se presentan comparativos que nos permiten valorar la hipótesis planteada en nuestra investigación.

Gráfica 7 Precio y múltiplos de las acciones de Walmart (2000-2015)



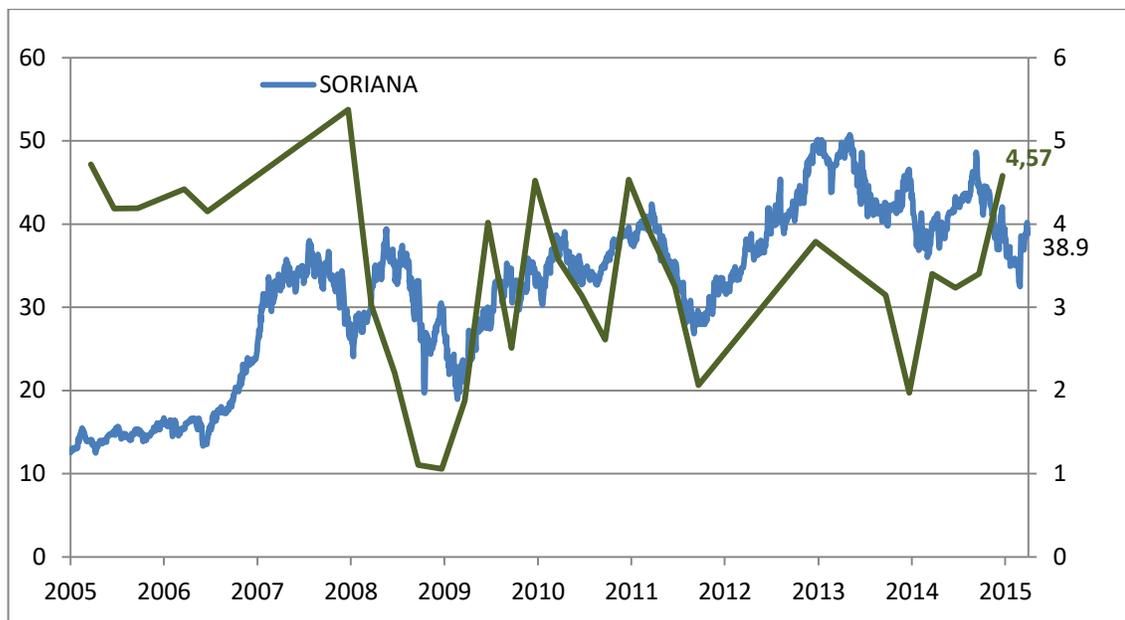
La utilidad por acción registró en el período una tasa media anual de crecimiento del 29.9 %, en tanto que el precio de las acciones creció el 40.5 % en promedio anual, lo cual indica que los precios de las acciones registraron un crecimiento promedio 1.3 veces el registrado en la utilidad por acción.

Gráfica 8 Evolución comparativa del IPC de la BMV y precios de las acciones de Soriana



El IPC.- es un indicador que se utiliza para expresar, de manera representativa, la variación promedio de los precios de las acciones que cotizan en la Bolsa de Valores

Gráfica 9 Precios históricos de las Acciones Soriana vs. Margen de Utilidad Neta



Mientras que el margen de utilidad ha registrado variaciones importantes, llegando a un máximo por arriba del 5% y un mínimo en 1%, los precios de las acciones de Soriana han registrado menores fluctuaciones y una tendencia creciente, al pasar de \$ 13.00 en 2005 a \$ 39.00 en los primeros meses de 2015.



LAS COMPETENCIAS COMO ESTRATEGIA DE GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO: UN NUEVO RETO PARA LA COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL

M.A.R.H. Elda Ayde De León De la Garza
Dirección: Villa del Roble 115 Villas de Anáhuac. Escobedo Nuevo León
Correo: eayde81@hotmail.com
Nacionalidad: Mexicana

M.D.O. Arturo Martínez Lerma
Dirección: Subdirección Administrativa Facultad de Contaduría Pública y Administración
Correo: arturo.martinezl@uanl.mx
Nacionalidad: Mexicano

Fecha de envío: 20/Abril/2015
Fecha de aceptación: 20/Mayo/2015

Las competencias como estrategia de gestión del Capital Humano: Un nuevo reto para la competitividad organizacional.

Resumen

El objetivo de la presente ponencia es analizar tanto el desarrollo como la evolución de las principales competencias que deberán implementarse en el sector privado, mismas que contribuyen al aumento en el nivel de competitividad de los líderes en las organizaciones privadas del presente. Para ello, se distinguen las principales estrategias de gestión del capital humano que operan actualmente en el contexto internacional. En el transcurso de la presente ponencia se argumenta la manera en que las competencias han tomado un papel preponderante como un factor determinante para el éxito de las empresas en la medida en que contribuyen a fortalecer su competitividad a través de maximizar el potencial de la fuerza laboral. La metodología utilizada para el desarrollo de la presente ponencia se basa en una exhaustiva

revisión del análisis documental y teórico analizando la situación que prevalece en un entorno global competitivo, en el que, potencializar las capacidades del personal resulta indispensable para desarrollar de manera eficiente el trabajo que se desempeñe dentro de una organización exitosa.

Palabras clave: Competencias, competitividad, capital humano, productividad, gestión.

Abstract

The main objective of this paper is to analyze the development and evolution of the main competences, which contribute to improve the level of competitiveness of the leaders in private organizations in the present. With this purpose, we distinguish the principal management strategies of human capital currently operating in the international context. Throughout this text, the history of how competences have taken a lead role as one of the determinant factors for the companies' success and the extent that they contribute to strengthen their competitiveness through maximizing the potential of the workforce factor is argued. The methodology of this paper is based on an exhaustive review of the documentary and theoretical analysis, which reviews this situation in a competitive global environment, which potentiates the capacity of the staff, which is essential to develop efficiently the work performance within a successful organization.

Key words: Competences, competitiveness, Human Capital, Productivity, Management.

Introducción

El uso de las competencias tienen como primordial énfasis determinar el origen, desarrollo y evolución de estas mismas y que se utilizan en un contexto de competitividad en las organizaciones mejorando las estrategias de desarrollo del capital humano. En este sentido, es de suma importancia destacar que el uso, implementación y desarrollo de las competencias en un entorno organizacional estructurado, ha tenido un papel trascendental en el crecimiento y éxito de las organizaciones.

En una época donde la única constante es el cambio, resulta imposible mantenerse al margen de las necesidades de adaptación, y en este sentido, las estructuras administrativas de las organizaciones tanto privadas como públicas forman parte de esta evolución. Dentro de esta

misma tendencia, se ha convertido de vital importancia enfocarse en las demandas de los clientes al buscar incrementar la calidad de los productos, así como de los servicios que ofrezcan a los consumidores. En esta búsqueda es necesario asegurar los procesos efectivos que garanticen un adecuado y consistente progreso del personal a través de la potencialización de sus funciones, conduciéndolas a un desempeño deseado, que motive su rendimiento con el fin de promover un estado de motivación constante. Lo anterior puede tener como resultado el dominio pleno de sus funciones a través del desarrollo de las competencias, que en los últimos tiempos ha sido considerado como algo de suma importancia en las áreas de administración del capital humano, así como los modelos de gestión del conocimiento y la evolución en las técnicas de desarrollo del personal.

Como parte del desarrollo de este estudio realizaremos un análisis de las competencias directivas desde sus orígenes, aplicaciones, clasificación, limitaciones hasta llevarnos a un contexto actual de su aplicación.

Metodología

La metodología utilizada en el presente trabajo se desprende de analizar con una perspectiva actual acerca de las tendencias en gestión de capital humano y de cómo han tenido una evolución importante a través del tiempo, en donde se deja de manifiesto la importancia de las competencias como una estratégica competitiva de las organizaciones. El trabajo se fundamenta metodológicamente en el análisis cualitativo y la revisión documental de los textos de autores que definen la emergencia de los conceptos así como la contribución a la innovación en el uso de las competencias.

Marco Teórico

Origen y definición de las competencias

En cuanto a su origen etimológico el concepto de competencia y competente proviene del latín “competentia” y competens, -entis, respectivamente. Entre las acepciones que le otorga la Real Academia Española se encuentra definida como:

Tabla 1: Acepciones del concepto competencia.

Competencia	Pericia, aptitud, idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado.
	Incumbencia.
	Atribución legítima a un juez o a otra autoridad para el conocimiento o resolución de un asunto.
	Oposición o rivalidad entre dos mas que aspiran tener una misma cosa.
	Situación de empresas que rivalizan en un mercado.
	Persona o grupo rival. Se ha pasado a la competencia.
	Que tiene competencia.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a Fernández-Salineró (2006) a partir del siglo XV *competer* significa “pertener a, incumbir, corresponder a” y se origina el sustantivo “competencia” y el adjetivo “competente” que quiere decir apto o adecuado. (p. 137).

En este sentido y con referencia al presente estudio, el tratamiento y la abstracción que se realiza del término tiene que ver más con lo propuesto por Dubois (1998), en el cual se establece que las competencias son aquellas características, conocimientos, habilidades, mentalidades, patrones de pensamiento que cuando se utiliza tanto singularmente o en varias combinaciones, dan como resultado exitoso rendimiento.

Por otra parte, Almada (2000) que la define como “la capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y no solamente de conocimientos, habilidades o destrezas en abstracto; es decir, la competencia es la integración entre el saber, el saber hacer y el saber ser”. p.102.

En consecuencia de lo ya anteriormente señalado y que existe una amplia y variada cantidad de definiciones sobre competencias; en términos generales para que una persona sea competente, no solo es necesario tener componentes como el saber (Pereda Berrocal y López 2002), que en este caso se refiere a los conocimientos técnicos indispensables. A su vez, tampoco es suficiente con “saber hacer”, es decir, tener la capacidad de aplicar los conocimientos. En este contexto, la verdadera esencia de las competencias es “saber estar”, es decir, adoptar las actitudes y comportamientos que permitan querer y poder llevar acabo las actividades en cuestión. Al poderse conjugar estos elementos dan como resultado el desarrollo integral de competencias.

Por otra parte existen algunos términos que pudieran parecer cercanos y que en algunos contextos se utilizan como sinónimos para lo cual se considera oportuno hacer una diferenciación con el fin de no dar lugar a confusión en el desarrollo de éste estudio.

Tabla 2: Diferenciación de conceptos.

Término	Definición	Autor
Capacidad	Atributos psico-cognitivos de los individuos, que se desarrollan por la integración y acumulación de aprendizajes. En las capacidades se integran los conocimientos ,las destrezas y las habilidades cognitivas, operativas, organizativas, estratégicas y resolutivas que luego se pondrán en juego en situaciones reales de actuación social o productiva.	(Catalano A, 2004)
Habilidad	Expresión de las se sustentan en el saber hacer racional, organizado, planificado, integrador y creativo que se pone en juego en situaciones concretas, tales como la resolución d e problemas, elaboración de proyectos	(Catalano, 2004)
Aptitud	Se refieren a potencialidades innatas que los seres humanos poseen y que necesitan ser desarrolladas mediante la educación.	(Murillo, 2003)
Actitud	Constituyen el motor que impulsa al comportamiento en los seres humanos. Inducen a la toma de decisiones y a desplegar un determinado tipo de comportamiento acorde a las circunstancias del momento.	(Tobón, 2004)

Fuente: Elaboración propia.

Los conceptos definidos en la tabla 2, son elementos que forman parte del constructo de competencia. Tomando como referencia dichos elementos y sintetizando las definiciones anteriores, para el tratamiento específico que le daremos en esta investigación. En este sentido, Marelli (2000) define competencia de la siguiente manera:

“capacidad laboral, medible, necesaria para realizar un trabajo eficazmente, es decir, para producir los resultados deseados por la organización. Está conformada por conocimientos, habilidades, destrezas y comportamientos que los trabajadores deben demostrar para que la organización alcance sus metas y objetivos”. Complementa explicando que son: “capacidades humanas, susceptibles de ser medidas, que se necesitan para satisfacer con eficacia los niveles de rendimiento exigidos en el trabajo”(p. 7).

Primeras aplicaciones de las competencias

Las primeras aportaciones de las que se tienen conocimiento, son las que hizo McClellan (1994) a través de sus investigaciones en los años 70's. Las cuales se concentraron en precisar las variables que son determinantes el desempeño del trabajo. Como resultado de éstas investigaciones, se demostró la insuficiencia tanto de los exámenes tradicionales como de las pruebas para predecir el éxito en el desempeño laboral.

De acuerdo con McClellan (1994), quien logró elaborar un marco de características que diferenciaban los distintos niveles de rendimiento de los trabajadores, a partir de una serie de entrevistas y observaciones. Determinó que la forma en que tales factores ayudan o aportan elementos trascendentales como son las características y comportamientos de las personas que desempeñaban los empleos, que en las tradicionales descripciones de tareas y atributos de los puestos de trabajo, arrojan como resultado las áreas de oportunidad en la que dicho individuo deberá fortalecer sus competencias. (Spencer, McClelland y Spencer: 1994)

Por consiguiente, en una óptica más centrada en la evolución del trabajo y las condiciones productivas actuales, se puede fijar la aplicación del concepto de competencia en los mercados de trabajo, a partir de las transformaciones económicas que se precipitaron en la década de los años 80. Cabe destacar el caso de Inglaterra, país precursor en la aplicación del enfoque de competencia. En este contexto las competencias resultaron una útil herramienta para mejorar las condiciones de eficiencia, pertinencia y calidad de la formación.

Por otra parte, una de las primeras ventajas que se obtuvo de la aplicación de las competencias, fue resolver la inadecuada relación entre los programas de formación del capital humano y la realidad de las empresas. Bajo este diagnóstico, Whitear (1997) consideró que el sistema académico valoraba en mayor medida la adquisición de conocimientos, que su aplicación en el trabajo. Se requería entonces, un sistema que reconociera la capacidad de desempeñarse efectivamente en el trabajo, y no solamente con los conocimientos adquiridos a través de la experiencia o de los títulos profesionales.

Por consiguiente, estas características generales o atributos poseídos por las personas, serían capaces de explicar su desempeño superior en el trabajo. Al respecto, cabe destacar las investigaciones de McClelland y Spencer (1994). Bajo la perspectiva de éstos autores, la competencia laboral está definida no solo en el ámbito de lo que la persona sabe hacer y puede hacer, sino también en el campo de lo que quiere hacer. Estos modelos de competencia suelen especificar cada uno de los grandes atributos en diferentes graduaciones o niveles para asociarlos al desempeño.

De acuerdo con Malvezzi (2002), existen por lo menos cuatro aproximaciones teóricas sobre las competencias.

Tabla 3: Aproximaciones teóricas sobre las competencias.

Teoría	Definición
La explicación clásica	Se basa en las <i>habilidades</i> . Las competencias se entienden como recursos personales relacionados al desempeño. Esta posición representa el pensamiento de la psicología social clásica, desde la cual se plantea la identificación de los recursos que posibilitarían el desempeño y se diseñan categorías predeterminadas.
La aproximación etnometodológica	Las competencias se entienden como <i>estructuras</i> formadas por los recursos personales; en este caso, la estructura es la

	causa del desempeño. La metáfora del “proceso sináptico” es una buena representación de este modelo; por ello, la acción consiste en producir este proceso a partir de la interrelación y configuración de los recursos necesarios para lograr la estructura.
La teoría de las estructuras sociales	Las competencias consisten en estructuras formadas por condiciones concretas del individuo y del <i>entorno</i> . Esta teoría plantea la determinación del entorno para el desarrollo de las competencias; así mismo, señala que la competencia no necesariamente es la misma si se presenta o desarrolla en diversos contextos.
La perspectiva socio-histórica	Plantea una valoración del proceso dialéctico-histórico al señalar que las condiciones de un momento determinado constituyen las competencias para el momento siguiente.

Fuente: Elaboración propia.

En consecuencia, las aproximaciones teóricas explicadas en la tabla 3, ayudan a puntualizar y entender como los nuevos estilos de gestión del conocimiento se ven influenciados por los diferentes enfoques teóricos, teniendo como resultado nuevos modelos de formación por competencias.

La aceptación de esta tendencia, radica en la importancia no sólo de medir la parte cognitiva para el desempeño de las funciones, sino que se debe considerar como lo indica McClellan (1973) de manera integral las habilidades y destrezas de las personas y no solo darle validez los test de aptitudes, como antes se mencionó.

Las competencias proporcionan a las organizaciones una manera de definir en términos de comportamiento, lo que sus líderes tienen que hacer para producir los resultados de los deseos organización y hacerlo de una manera que es consistente con la cultura de la organización. Deben proporcionar a los líderes las habilidades suficientes en todos los niveles de crear

estrategias para producir más resultado significativos y consistentes que impacten en las organizaciones de forma permanente y constante.

Clasificación de las competencias

El concepto de competencia ha tomado una enorme relevancia, en especial en Alemania. Esto es evidente a través de la definición de competencia que se utiliza en la tipología de competencias que propone Bunk (1994) escribía:

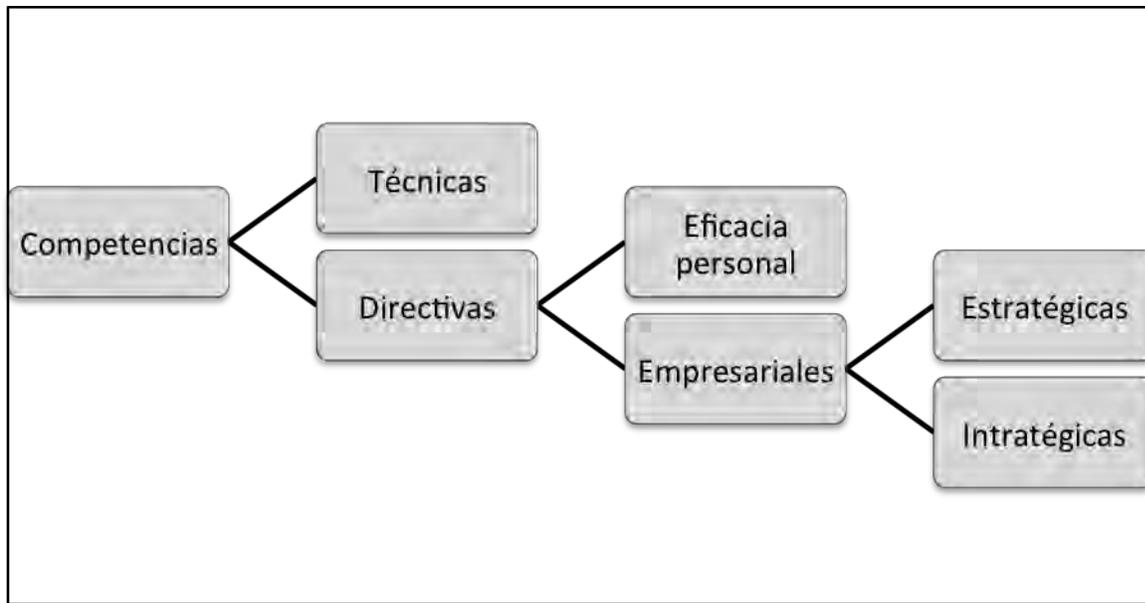
“posee competencia profesional quien dispone de los conocimientos, destrezas y aptitudes necesarios para ejercer una profesión, puede resolver los problemas profesionales de una forma autónoma y flexible, y está capacitado para colaborar en su entorno profesional y en la organización del trabajo.” (pp. 8-14).

Tabla 4: Tipos de competencias según Mertens (1997).

Tipos de competencia	Definición	Ejemplo
Genéricas	Se relacionan con los comportamientos y actitudes laborales propios de diferentes ámbitos de producción.	<ul style="list-style-type: none">• Trabajo en equipo• Negociación• Planificación
Básicas	Son las que se adquieren en la formación básica y que permiten el ingreso al trabajo.	<ul style="list-style-type: none">• Lectura y escritura• Comunicación oral• Cálculo
Específicas	Aspectos técnicos directamente relacionados con la ocupación y no son tan fácilmente transferibles a otros contextos laborales.	<ul style="list-style-type: none">• Operación de maquinaria especializada,• Formulación de proyectos de infraestructura

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1: Tipos de competencias según Cardona y Chinchilla (1998).



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la Figura 1, se diferencian dos tipos fundamentales de competencias: las competencias técnicas o de puesto, y las competencias directivas o genéricas, que son definidas por Cardona y Chinchilla (1998) de la siguiente manera:

- **Técnicas:** las que se refieren a aquellos atributos o rasgos distintivos que requiere un trabajador excepcional en un puesto de trabajo determinado. Suelen incluir conocimientos, habilidades o actitudes específicas necesarias para desempeñar una tarea concreta. Por ejemplo, determinados puestos pueden requerir cierto dominio del inglés o mecanografía.
- **Directivas:** son aquellos comportamientos observables y habituales que justifican el éxito de una persona en su función directiva. Estas competencias son más genéricas y, aunque cada empresa pueda destacar más unas que otras, pueden estudiarse de manera conjunta.

Del análisis de la función directiva según Cardona y Chinchilla (1998) se deducen dos tipos de competencias:

Eficacia personal: Son aquellos hábitos que facilitan una relación eficaz de la persona con su entorno (Covey, 2009). Estos hábitos se refieren tanto al equilibrio y desarrollo personal como al mantenimiento de una relación activa, realista y estimulante con el entorno. Las competencias de

eficacia personal miden la capacidad de autodirección, capacidad imprescindible para dirigir a otras personas (Goleman, 1996).

Empresariales que se dividen en:

- competencias estratégicas (competencias orientadas a la obtención de resultados económicos) .
- competencias intratérgicas (competencias orientadas a desarrollar a los empleados e incrementar su compromiso y confianza con la empresa).

Como consecuencia de su aplicación a partir de su adecuada clasificación, éstas competencias potencian la eficacia de las competencias estratégicas e intratérgicas.

Competencias directivas

Existen otras clasificaciones más detalladas como la propuesta por (Boyatzis, 1982), quien después de preguntar a un conjunto de directivos por los comportamientos específicos que le habían ayudado a ser eficaces en su puesto, propuso 21 competencias agrupadas en 5 categorías: competencias de dirección de metas y acción, de liderazgo, de dirección de recursos humanos, de dirección de subordinados y de la relación con otros.

Con el tiempo se han elaborado otras propuestas en la parte de desarrollo directivo (Levy-Leboyer, 1997) y (Mitrani, Dalziel y Suárez 1992) quienes identificaron competencias diferenciales que distinguen una ejecución excelente de otra. Entre las que están: el razonamiento estratégico, liderazgo del cambio, gestión de las relaciones, flexibilidad, introducción al cambio, sensibilidad interpersonal, delegación de trabajo en equipo y transferibilidad.

La finalidad del desarrollo de las competencias directivas en los Directores, es tener ejecutivos integrales que puedan tener la capacidad de contar con un pensamiento estratégico, de liderazgo efectivo que sepan repartir el trabajo y trabajar en equipo, en un ambiente de flexibilidad y adaptabilidad.

Modelos actuales de gestión por competencias

Como estrategia fundamental de la gestión del capital humano, tenemos la capacitación en su forma tradicional y como parte de la nueva corriente centrada en potencializar al personal, se encuentra la formación con base en competencias que obedecen a un plan preestablecido de administración, que busca incidir en las distintas fases del aprendizaje (Mertens, 1999). Éstas competencias hacen siempre referencia a un plan curricular individualizado, así como a mecanismos de evaluación de las diferentes técnicas de formación. De igual manera, se relacionan con la instrumentación de guías didácticas y autoevaluación de los resultados, con la finalidad de medir el impacto de los procesos de formación.

Como resultado los nuevos modelos de gestión de capital humano, los más destacado en la formación del capital intelectual son los modelos de gestión por competencias. Su importancia radica en la especialización, considerado no sólo la parte cognitiva del personal, sino que también contribuye con un nivel muy alto de especialización a centrarse en las actitudes para el buen aprovechamiento de las habilidades del personal. Ante estas circunstancias, la implantación del enfoque de competencias significa la vía para la competitividad que genera resultados como reacción en cadena a partir de su aplicación. Lo anterior forma parte de un ciclo virtuoso en el que al maximizar las capacidades de los empleados se pontencializa su desempeño, que esto a su vez genera una mayor y mejor calidad en lo productos o servicios que ofrezca la organización y en consecuencia la satisfacción oportuna de las necesidades y demandas de los clientes y consumidores.

Por otra parte, para efectos del desarrollo teórico resulta conveniente diferenciar dos conceptos que en general se utilizan indistintamente: formación profesional y capacitación profesional.

La capacitación profesional es definida por la OIT (1993) como:

"Dar un suplemento de conocimientos teóricos y prácticos, a fin de aumentar la versatilidad y la movilidad ocupacional de un trabajador, o mejorar su desempeño en el puesto de trabajo, u obteniendo la competencia adicional requerida para ejercer otra ocupación afín o complementaria de la que posee".

La formación profesional es definida por la OIT (1998) como: "las actividades que tienden a proporcionar la capacidad práctica, el saber y las actitudes necesarias para el trabajo en una ocupación o grupo de ocupaciones en cualquier rama de la actividad económica".

En este sentido, como se observa en cualquiera de las definiciones se establece que el medio válido para que se logran los objetivos del aprendizaje, que es "adquirir la capacidad". Esto es posible de aprender mediante cursos o talleres, pero también mediante la experiencia práctica. Además, la definición incluye la competencia: conocimientos, metodologías, actitudes, valores. Por lo tanto, la capacitación se refiere a la formación obtenida por medio de un programa destinado a desarrollar competencias específicas para el desempeño de una determinada función.

En consecuencia, cuando la formación se orienta a procesos de enseñanza/aprendizaje direccionado a la búsqueda de saber, saber hacer y saber ser, estamos ante un proceso de formación basado en competencias. Para la elaboración de un modelo de competencias que hoy por hoy, es lo que agrega valor al desarrollo del capital humano y en buena medida tiene un impacto considerable en la competitividad de la organizaciones.

Limitaciones de las implicaciones de los modelos de competencias

Con base en experiencia práctica, resulta posible argumentar que es deseable desarrollar el modelo de competencias en un contexto de interacción de cuatro dimensiones que de acuerdo a Tejada (2003) son: conocimiento, afectos, desempeño y estilos. Supone entonces que la congruencia e integridad de estas dimensiones van construyendo un modelo de competencias. Pero como en todos los modelos presenta limitaciones.

Desde una perspectiva general la primer limitación radica en el diseño, debido a que no se obtiene la congruencia de las dimensiones. Es decir, se determina un modelo a lo que se le llama fundamental, pero este modelo no necesariamente cuenta con los elementos que integre las dimensiones establecidas. En un enfoque analógico, se debe hacer un traje a la medida del cliente y no dar por establecido un modelo general o fundamental de competencia. Ya que esto provoca incongruencias e inoperatividad en su implementación, que a largo plazo puede generar costos muy altos. (p.125).

Por otra parte, la segunda limitación se presenta en la elaboración e implementación de modelos de competencias, no solo presentan como parte de una estrategia integrada de la organización, sino por el contrario se realizan como conjunto de esfuerzos aislados que no logran tener permanencia completa, ni un alcance de impacto holístico en la organización. En este sentido, lo que se propone es establecer procesos gerenciales que constituyan competencias fundamentales de desarrollo específico como: conocimiento, afecto, estilo y desempeño. (p.126). Estos dos apartados servirán como referencia para ser tomados en cuenta, en la elaboración del modelo tratando de reducir al máximo las limitaciones antes mencionadas.

No obstante en ocasiones los empleados de las organizaciones suelen oponerse a éste tipo de cambios. La razones son variadas pero en gran medida se debe al miedo de no saber a lo que se enfrentarán como una resistencia natural a los cambios, teniendo como consecuencia retroceso en la implementación o en casos extremos obstaculizando el desarrollo de la misma.

Finalmente, los modelos de competencias son el resultado de un análisis previo de la cultura organizacional, valores, estrategia, estilos de liderazgo, entre otros factores; los cuales le permiten comenzar a definir habilidades conocimientos y actitudes hasta llegar a las competencias que debe poseer el personal en su puesto de trabajo, con la objeto de lograr un grado de competitividad exitoso. Es una forma desafiante de administrar al Capital Humano.

Las competencias en un contexto actual

En concordancia con la evolución que se ha experimentado en el amplio mundo de la administración del capital humano y en armonía con las tendencias actuales, resulta importante dejar de manifiesto que los modelos de gestión son fundamentales en las demandas organizacionales actuales. Lo anterior representa una solida y genuina ventaja competitiva, como una estrategia clave en el desarrollo del personal de las organizaciones.

Es importante tener en consideración las principales características de las empresas exitosas que destaca Suarez (1994), quien las divide en tres grandes grupos: liderazgo y gestión corporativa, administración de los procesos productivos y administración del recurso humano, donde se detallan los siguientes procesos importantes:

- Énfasis en el equipo y no en el individuo.
- Sistemas de evaluación y recompensa basados en el desempeño de la empresa o del equipo.
- Rotación de tareas: gente con visión de conjunto.
- Entregar mayor autoridad y poder de decisión hacia los niveles inferiores de la empresa (empowering).
- Alto compromiso con la educación y entrenamiento de los miembros de la organización.

Gran parte de las prácticas de las empresas exitosas radica en crear una fuerza de trabajo flexible y motivada, pero sobre todo con el firme propósito de orientar un esfuerzo en conjunto hacia la visión de la organización, para lograrlo es necesario generar un fuerte compromiso con la educación y entrenamiento del personal, orientado los recursos posibles a la competencia del personal, que es dónde radica la principal fuente de ventaja competitiva. Una fuerza de laboral educada, entrenada y motivada es un pilar necesario para la construcción de la implementación de las prácticas de recursos humanos que posicionen a la empresa en un lugar altamente competitivo y rentable.

En éste contexto, se reconoce la ventaja de desarrollar modelos de competencias acorde a la filosofía empresarial de cada organización. Buscando con ello una vinculación directa a lo que necesita la organización versus lo que los empleados deben de aportar a ella, para el cumplimiento de los objetivos establecidos por la misma.

En la actualidad las organizaciones buscan nuevas alternativas que aseguren un mejor desarrollo organizacional, creando una relación coherente entre productividad y satisfacción. De acuerdo a lo establecido por Tejada (2003), pudiera tomarse como base éstas dos variables para que pueda existir una relación contundente del modelo de gestión del talento humano y del manejo efectivo del modelo que potencialice el talento humano, en beneficio del desarrollo de los empleados y de la organización. (p.117)

Siguiendo con el análisis de la gestión del talento humano, también es recomendable que la potencialización del capital humano se relacione, no sólo con hacer procesos productivos eficientes, eficaces y efectivos. Sino también con el desarrollo de un pensamiento gerencial,

donde se impulsen, apoyen y detecten los talentos de los colaboradores del personal que se tenga a cargo. Teniendo como resultado, un desarrollo integral de los miembros y de la propia organización. (p.118).

Dentro de las alternativas que se proponen se analiza también la estrategia de gestión del conocimiento, que nace de las necesidades de un entorno cambiante. En donde se propone el reconocimiento a las fortalezas y debilidades del capital humano, construyendo procedimientos de transformación del conocimiento que generen profundos proceso de cambio.

Por consiguiente, el estudio de gestión por competencias, con una definición sencilla, donde se menciona que competencia es un: “saber hacer en contexto”. Este definición el Tejada (2003) la amplia de la siguiente manera: “es un complejo de comportamientos que se desarrollan en un entorno específico y que tiene como fin el logro de un resultado eficiente y eficaz”. Se refiere también a comportamiento experto. (p. 119).

En un modelo de competencias se busca integrar algunos elementos que serán de gran beneficio a la organización de acuerdo a Tejada (2003) podríamos considerar los siguientes: el resultado del conocimiento adquirido es decir, el saber que hemos podido construir y que puede relacionarse con el pensamiento. El segundo elemento son los afectos, es decir, el sentir como dimensión sustancial en las emociones y sentimientos. El tercer elemento se refiere a nuestro desempeño o acción; objetiva nuestras acciones y representa lo que tradicionalmente se conoce como “hacer”. Finalmente se encuentran las preferencias, caracterizadas por los estilos, que se construyen a través de experiencias y que identifican o caracterizan el comportamiento de las personas.

Por otra parte los beneficios que obtiene una organización al aplicar las competencias como parte de su gestión, son los siguientes:

- Planes Entrenamiento y desarrollo con fines concretos
- Asegura que la selección de personal se alinie a encontrar candidatos con las competencias definidas (entrevista por competencias)
- Prevé los cambios organizacionales que se realizan en el futuro
- Fomenta la correcta evaluación de puestos de trabajo,(justa retribución \$)

- Promueve el desarrollo del capital humano
- Permite identificar aquellos empleados que tienen mayor potencial
- Permite la elaboración de planes de carrera y sucesión
- Evaluaciones de desempeño (360°)
- Fortalece la cultura organizacional

Conclusiones

A través de lo expuesto con anterioridad, vemos a través del tiempo que la competitividad organizacional se ha vuelto un factor determinante para las organizaciones. Se enfrenta a un panorama cambiante y de incertidumbre todo el tiempo, por una parte la globalización, por otra las demandas cambiantes del entorno, por lo que se vuelve imprescindible como organización poder identificar los elementos que me darán las fortalezas necesarias para poder sobrevivir a la competencia inminente que se hace presente, como una amenaza para las estrategias empresariales

En este sentido, las organizaciones han tenido que cambiar la forma de gestionar al recurso más importante y valioso de cualquier tipo de empresa, que es el recurso humano o capital humano como se le conoce hoy en día. Las organizaciones se han visto obligadas a atender las exigencias del entorno en lo que respecta a las demandas del personal, buscando así adquirir nuevas formas de gestión, que en la actualidad representan un reto para las organizaciones. Por el contrario, si no se adoptarán estas herramientas o nuevas formas de gestión, las organizaciones tendrían un alto potencial de amenaza en lo que respecta a la innovación en la gestión del capital humano, que podría implicar costos muy altos a las organizaciones.

Con el propósito de fortalecer la competitividad de las empresas, resulta importante potencializar las capacidades del personal, debido a que es muy difícil encontrar a una persona que se ajuste exactamente a las necesidades, los requerimientos o el perfil de un puesto de trabajo, y que tenga la experiencia, los conocimientos, habilidades y actitudes en cantidad y calidad que dicho puesto requiere.

Es justamente de esta premisa, de donde surge la necesidad de adecuar o complementar en pequeña o gran escala, los conocimientos, las habilidades y las actitudes (competencia) que una

persona posee para desarrollar de manera eficiente y productiva el puesto de trabajo que se le asigne en una organización. Este estilo de gestión potencializa al capital humano, permite alcanzar altos niveles de competitividad y brindar un mayor grado de satisfacción y bien estar al personal. Las competencias aportan una solución innovadora para una rápida adaptación y respuesta a los retos planteados por los cambios del entorno con la seguridad de la permanencia ante el entorno competitivo de las organizaciones en un mundo globalizado.

Referencias

- Almada, A. I. (2000). *Formación de los recursos humanos y competencia laboral*. CINTERFOR/OIT., 102.
- Boyatzis, R. 1982, *The competent manager*. Londres: Wiley.
- Bunk, G. (1994). La transmisión de las competencias en la formación y perfeccionamiento profesionales de la RFA. *Revista Europea de Formación Profesional*, (1), pp.8-14.
- Cardona, P., y Chinchilla, N.(1998). *Cuestionario de competencias directivas (CCD)*. IESE, 7.
- Catalano, A. de Cols, S. y Sladogna, M. (2004). *Competencia laboral: diseño curricular basado en normas de competencia laboral: conceptos y orientaciones metodológicas*. Banco interamericano de desarrollo.
- Covey, S. (2009). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. (Vol. 26). Editorial Paidós.
- Dubois, D. (1998). *The competency casebook: Twelve studies in competency-based performance improvement*. Human Resource Development.
- Fernández-Salineró, M. (2008). Las competencias en el marco de la convergencia europea: Un nuevo concepto para el diseño de programas educativos. *Encounters on Education*, (7), pp.137.

Goleman, D. (1996). *La Inteligencia Emocional*. España: Puresa, SA.

Levy-Leboyer, C., y Prieto, J. M. (1997). *Gestión de las competencias*. Gestión.

Malvezzi, S. (2002). *Las competencias en la organización*. Módulo de la Especialización en Procesos Psicosociales para la Efectividad Organizacional. Instituto de Psicología, Universidad del Valle, Cali.

Marelli, A. (2000). Introducción al análisis y desarrollo de modelos de competencia. *Documento de trabajo*.

Mertens, L. (1999). La Gestión por Competencia Laboral en la Empresa y la Formación Profesional. *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura*, pp. 81-87.

Mitrani, Dalziel y Suárez (1992). *Las competencias clave para una gestión integrada de los recursos humanos*. Deusto Bilbao.

Murillo, F. (2003). *Investigaciones sobre eficacia escolar en Iberoamérica*.

OIT. (5 ed.). (1998). *Tesaurus OIT: Terminología del trabajo, el empleo y la formación*. Ginebra.

Pereda, Berrocal y López. (2004). *Gestión de Recursos Humanos por Competencias y gestión del conocimiento*. Dirección y organización, 28, pp.43-54.

Spencer, L., McClelland, D., y Spencer, S. (1994). *Competency assessment methods: History and state of the art*. Hay/McBer Research Press.

Suárez, F. (1994). La competitividad de las empresas. *Centro de Estudios Públicos*, 54.

Tejada, A. (2003). Los modelos actuales de gestión en las organizaciones. Gestión del talento, gestión por competencias, *Psicología desde el Caribe*. 12, 115-133.

Tobón, S. (2004). Formación basada en competencias: pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica. *Bogotá: Ecoe Ediciones*, pp.50-52

Whitear, G. (1997). Calificaciones profesionales nacionales. *Competencia Laboral. Antología de Lecturas. Conocer.*



ELEMENTOS DE PREVISION Y PROVISION PARA EL CAPITAL HUMANO EN LA EMPRESA

Autores:

*Francisco Alberto Mendoza Rodríguez
Zaragoza #226 col. Centro San Pedro Coahuila
famendoza2003@yahoo.com.mx*

*Diana Cristina Arevalos Ramírez
Av. Rio Papaloapan #924 col. Del Valle, San Pedro Coahuila
lenore1718@gmail.com*

*Lilia Fernanda García Sifuentes
Av. Juarez #241 col. Centro, San Pedro Coahuila
lilifer.sm@hotmail.com*

*Mexicanos
Escuela De Administración San Pedro U.T.
Universidad Autónoma De Coahuila*

Fecha de envío: 20/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 20/Mayo/2015

RESUMEN

En una organización es necesaria una diversidad de características en los individuos, para desarrollarse en cada uno de los cargos. Los puestos deben estar bien definidos de acuerdo a las capacidades de cada uno de ellos. Así se podrá elegir adecuadamente al prospecto de acuerdo a las necesidades de cada área. La importancia de la previsión y provisión de los elementos que los recursos humanos requieren; desde la planeación y organización, para el desarrollo, desempeño, efectividad y competitividad que se logre gestionar desde la selección del personal, además de una idónea, eficiente y efectiva capacitación que en forma permanente es necesario otorgar a los empleados esto para que se permita satisfacer la rotación de personal, ocupando un puesto y la vez sirva como estímulo y motivación a los colaboradores de la Empresa, además de generar calidad de vida y clima laboral deseable.

Palabras clave

Reclutamiento

Capacitación

Rotación

INTRODUCCIÓN

Una empresa socialmente responsable es la que cumple con un conjunto de normas y principios referentes a la realidad social, económica y ambiental que se basa en valores, que le ayudan a ser más productiva, establece como principios estándares en su cultura organizacional, la ética, la moral, y todo lo que se refiere a valores.

Estas directrices en acción como base pueden ser:

1. Dignidad Humana
2. El bien Común
3. Principio de solidaridad
4. Participación Social
5. Calidad de Vida

Una empresa es la que cuenta con políticas, programas y estrategias que favorecen a un pleno desarrollo humano, para dar ejercicio a una responsabilidad social.

La responsabilidad social de la empresa es una combinación de aspectos legales éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema.

Una empresa es realmente mejor cuando además de lograr sus objetivos empresariales, aporta beneficios a sus colaboradores, a sus proveedores, a las familias de sus trabajadores, a su entorno, al medio ambiente.

En base a lo anterior se considera que en la actualidad muchas empresas contratan al personal por lo que saben y lo despiden por lo que son o por su desempeño, en tal sentido se detecta un problema en la previsión y provisión de capital humano consistente en cuales son los elementos de previsión y provisión de capital humano que requieren las empresas para ser socialmente responsables, productivas, posicionadas y competitivas en el municipio de San Pedro.

Objetivo: detectar los elementos de previsión y provisión de capital humano que necesitan y demandan las empresas de San Pedro Coahuila para ser productivas, competitivas y con un posicionamiento en base a la calidad de sus productos y servicios bajo un contexto de la responsabilidad social.

Considerando lo anterior se destacan las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuáles son los elementos de revisión y provisión que se detectan como necesarios de atender para el capital humano de las empresas de San Pedro?

¿Hasta dónde las empresas consideran necesario incorporar mecanismos de previsión y provisión de capital humano para mejorar su competitividad y disminuir la rotación de personal?

¿Qué tanto las instituciones educativas que proveen capital humano abordan el desarrollo en sus egresados de los elementos que demandan como necesarios las empresas?

MARCO TEORICO

RECLUTAMIENTO

Se define como un conjunto de procedimientos utilizados con el fin de atraer a un número suficiente de candidatos idóneos para un puesto específico en una determinada organización, al respecto.

El reclutamiento de personal implica un proceso que varía según la organización. El comienzo del proceso de reclutamiento depende de la decisión de la línea. En consecuencia, el órgano de reclutamiento no tiene autoridad para efectuar ninguna actividad de reclutamiento si el órgano que tiene la vacante no toma la decisión de llenarla. Chiavenato, l. 2000 (p. 217)

El reclutamiento es una de las necesidades que una empresa operativa requiere para su funcionamiento de operar y alcanzar sus objetivos con el fin de ser una empresa competitiva teniendo a los mejores trabajadores en los puestos específicos de cada área. También en ese mismo sentido de ideas

Son las necesidades de potencial humano para puestos específicos y forma parte de la planeación de recursos humanos. En la empresa privada, tal planeación implica también formular planes efectivos para ventas, inventarios y producción. Chrudden, 2006 (p. 96)

Otro aspecto significativo en el progreso de la empresa, es el que tiene que ver con el adecuado reclutamiento de personal, ya que de ahí depende en mucho el buen desarrollo de la empresa, afirmando que:

La selección adecuada de los empleados debe su importancia a tres motivos básicos que son: su propio desempeño, las habilidades y atributos, la elección adecuada de estos atributos permitirá que trabajen mejor. Los empleados que carezcan de estas habilidades o que se dediquen a molestar u obstruir, no tendrán un buen desempeño y la compañía sufrirá las consecuencias. Dessler, 2001 (p.173)

SELECCIÓN:

Implica una serie de pasos que añaden complejidad a la decisión de contratar y consumen cierto tiempo, de igual manera la selección consiste en una serie de pasos específicos que se emplean para decidir que solicitantes deben ser contratados.

En cuanto al tema de la selección del personal en el reclutamiento se hace énfasis en el proceso, aunque el autor cree que la selección es la más importante, ya que aquí está el destino. Para entonces abordar la segunda etapa del proceso de provisión: El reclutamiento, este y la selección de personal son 2 frases de un mismo proceso. En base a lo anterior se considera, que la selección de personal, es la elección del individuo adecuado para el cargo adecuado. En un sentido más amplio, escoger a entre los candidatos reclutados los más adecuados, para ocupar los cargos existentes en la empresa, tratando de mantener o aumentar la eficiencia y desempeño del personal, así como la eficacia de la organización. De esta manera, la selección busca solucionar 2 problemas fundamentales como lo son: Adecuación del hombre al cargo. Y la Eficiencia del hombre en el cargo. Para lo cual es necesario conocer los elementos de selección más relevantes entre los que se advierten la aptitud y la capacidad, así como las habilidades que tienen que ver la seguridad y la resistencia, además de los valores de responsabilidad y lealtad. Chiavenato, 2000 (p. 240)

CONTRATACIÓN:

Formaliza con apego a la ley la futura relación de trabajo para garantizar los intereses, derechos tanto del trabajador como de la empresa, cuando ya se aceptaron las partes es necesario integrar su expediente de trabajo, la organización se lleva a cabo entre la organización y el trabajador. En cuanto a la contratación del personal que ya fue seleccionado con anterioridad se puede considerar lo siguiente.

Como la relación de trabajo que se establece formalmente por medio del contrato de trabajo, cumpliéndose así lo dispuesto en la legislación vigente. Este contrato de

trabajo permite determinar las responsabilidades y derechos tanto de los trabajadores como de la organización. Arias, 2010 (p. 132)

INDUCCIÓN:

Se trata de generalizar el conocimiento en una ocasión a otros casos u ocasiones semejantes que pueden presentarse en el futuro u otras latitudes. La inducción es el procedimiento que consiste en extraer a partir de observaciones o experiencias particulares, el principio general que están implícito a ellas.

Dentro de la inducción que se les debe dar a los trabajadores ya contratados y que forman parte de la organización.

Establece que no es posible determinar cuándo se inicia y en donde termina la inducción del personal de nuevo ingreso; de hecho esta principia desde el momento que la persona es recibida para presentar su solicitud y se le proporciona información sobre la vacante que se pretende cubrir. Arias, 2010 (p. 145)

Además el objetivo principal de la inducción es brindar al trabajador una efectiva orientación general sobre las funciones que desempeñaran, ayudando a los nuevos empleados de la institución, a conocerse y auxiliarlos para tener un comienzo productivo, estableciendo actitudes favorables de los nuevos empleados hacia la institución, su política y su personal en este sentido.

La inducción al puesto nos conviene hacerla de la siguiente manera, conviene que el nuevo empleado sea personalmente llevado y presentado con el que habrá de ser su jefe inmediato, y no simplemente enviado con una ficha de ingreso. El nuevo jefe debe presentarlo a su vez, con los que habrán de ser sus compañeros inmediatos de trabajo. Debe después explicarle, de ser posible por sí mismo, en qué consistirá su trabajo. Para ello, nada mejor que auxiliarse de la “descripción del puesto”. Deben mostrársele los sitios que requieren conocer, tales como lugar de cobro, de abastecimiento de material, de herramientas, sanitarios, etc., conviene que se señale un auxiliar para que lo orienten y le resuelva sus problemas, en los primeros días. Reyes, A. 2000 (p. 107)

CAPACITACIÓN

Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal, la necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea y lo que sabe realmente.

La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores. Silíceo, 1996 (p. 127)

CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Es la planificación, ejecución y evaluación de los programas, apoya a sus miembros para desempeñar su trabajo actual, sus beneficios pueden prolongarse a toda su vida laboral,

IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN

La capacitación de personal es un proceso que se relaciona con el mejoramiento y el crecimiento de aptitudes de los individuos y de los grupos, dentro de la organización.

La importancia de la capacitación no se puede subestimar. Sobre todo para los empleados recién ingresados la requieren, mientras que los ya experimentados son sujetos de actualizaciones para mantener aptos a las exigencias del puesto actual, así como futuros traslados o promociones.

La importancia de la capacitación radica en que esta: Ayuda al individuo. Mediante la capacitación y el desarrollo, se interiorizan y ponen en práctica las variables de motivación, realización, crecimiento y progreso.

Ayuda a las relaciones humanas en el grupo de trabajo. Fomenta la cohesión en estos, mediante la mejora de las comunicaciones entre grupos e individuos. Conduce a una mayor rentabilidad y/o aptitudes hacia la orientación de los objetivos de las organizaciones.

El adiestramiento es proporcionar destreza en una habilidad adquirida, casi siempre mediante una práctica más o menos prolongada de trabajos de carácter muscular o motriz. La palabra adiestramiento es muy exacta que significa "adquirir destreza". Indica que así como la mano derecha puede realizar cosas que hace la mano izquierda, debido a la formación de hábitos por el ejercicio sistemáticamente realizado, de manera semejante se adquiere facilidad, precisión y rapidez en el desarrollo de un trabajo, por medio de una enseñanza práctica, de carácter sistemático. El objetivo general de la capacitación interna de una empresa es que lo logre plenamente, es necesaria la función de capacitación que colabora aportando a la empresa un personal debidamente adiestrado, capacitado y desarrollado para que desempeñe bien sus funciones habiendo previamente descubierto las necesidades reales de la empresa.

ROTACIÓN DE PERSONAL

El término de rotación de personal es el movimiento de empleados que abandonan una organización (ya sea porque son despedidos o renuncian) y son remplazados por otros que cubren sus puestos y asumen sus funciones, una gran preocupación para muchas organizaciones es reducir la rotación de personal, debido a los costos que esta genera, por cómo afecta el trabajo de los empleados y la imagen de la empresa. Los empleados pueden llegar a dejar su trabajo por dinero, pero no siempre es por este caso bajo esta consideración:

Las empresas pueden llegar a emplear ciertas tácticas para reducir la rotación; como contar con mayor información y recursos y cambiar turnos para evitar desgastes por realizar actividades cotidianas. Es válido establecer que la rotación de recursos

humanos se utiliza para definir la fluctuación de personal entre una organización y su ambiente. Sarries y Cazares 2008 (p. 211)

En sí, la rotación de personal es la relación porcentual entre admisiones y retiros; esto se deja ver en índices mensuales o anuales, con el fin de comparar y elaborar diagnósticos, situación que en la actualidad se presenta.

En la actualidad unos de los problemas es el aumento de salidas o perdidas de recursos humanos; una solución es que los esto es que el intercambio de personas entre la organización y el ambiente se define con el volumen de personas que ingresan a la organización y las que salen retiros de personal deben ser compensados con nuevas admisiones, con el fin de mantener el nivel de R.H, proporciones adecuada. Por lo tanto la rotación de personal puede estar destinada a dotar al sistema con nuevos recursos donde son mayores entradas que salidas, con sus ventajas y desventajas Chiavenato, L 2000 (p. 254)

EL AUSENTISMO DEL PERSONAL

El ausentismo de los trabajadores en las empresas principalmente es por enfermedad de la propia persona, en ocasiones por alguien de sus familiares que se encuentran en una situación complicada, ya sea por causa de un accidente o muerte.

AUSENTISMO MENTAL O PRESENCIAL

Otro tipo de ausentismo que se presenta en el personal es el mental; el cual puede conceptualizarse como toda asistencia física de trabajador pero su pensamiento se encuentra en otra parte distante, por lo cual se presume que su caracterización podría intentarse sobre la base de la fluctuación de los índices de productividad, sin embargo, existe la salvedad de que no toda fluctuación de los índices mencionados podrían ser atribuida a este fenómeno.

AUSENTISMO FÍSICO

El ausentismo físico se puede definir como toda aquella inasistencia personal a las labores cotidianas pactadas contractualmente con la empresa; ese tipo de ausentismo se puede dividir en físico justificado y en físico no justificado.

AUSENTISMO FISICO JUSTIFICADO

Se puede considerar como la inasistencia a las labores cotidianas, que derivan de una incapacidad o imposibilidad real de acudir al centro de trabajo, esta inasistencia puede ser causada por distintos factores médicos tales como sufrir incapacidad maternal, así como estar atravesando por una enfermedad grave o por haber sufrido un accidente de trabajo. Obedece también a factores de tipo laboral como puede ser encontrarse en el cumplimiento de una comisión oficial que obligue a ausentarse al trabajador y finalmente a condiciones jurídicamente reglamentadas como lo son el disfrute de vacaciones y descansos semanales y los días festivos.

AUSENTISMO FISICO INJUSTIFICADO



Existen otros tipos de ausentismos de personal de una empresa como se muestran a continuación:

AUSENTISMO POR RAZONES IGNORADAS

Son todas aquellas que no pueden ser notificadas con anterioridad al supervisor inmediato sino posteriormente. Estas pueden ser de cualquier motivo inesperado.

AUSENTISMO LEGAL E INVOLUNTARIO

Se caracteriza por ser un costo para la empresa porque el trabajador en tales circunstancias sigue percibiendo su remuneración, es lo que se puede considerar ausentismo retribuido y comprende: enfermedad normal, accidente laboral y licencias legales.

AUSENTISMO PERSONAL O VOLUNTARIO

Se caracteriza por ser un costo de oportunidad para la empresa porque el trabajador, en tales circunstancias, no sigue percibiendo su remuneración es lo que se denomina ausentismo no retribuido: Permisos particulares, Ausencias no autorizadas, Conflicto laboral, Cuidado de los hijos, Retrasos.

CALIDAD

Un elemento fundamental en la previsión y provisión de capital humano consiste en la consideración y capacitación de los beneficios que tiene desarrollar procesos de mejora para incrementar la calidad y productividad.

A decir de Gutiérrez 2004 la calidad incrementa la productividad y la competitividad llevando a la eficiencia global de la organización. Esto permite una mayor competitividad, permanencia y posicionamiento por la mejora continua. No pueden quedar fuera de un proceso de mejora los obreros, y en este sentido la responsabilidad de mejorar la calidad recae en la empresa puesto que más del 80% de los problemas y deficiencias en una empresa se deben al sistema (métodos de

trabajo, manejo de materiales, operación de maquinarias, atención al cliente, formas de organización, capacitación, relaciones personales, etc.) y la dirección de la empresa es responsable de esto desde la selección, contratación y capacitación del personal. (p. 14)

CLIMA LABORAL

Es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano, influye en la satisfacción y por lo tanto en la productividad, está relacionado con los comportamientos con las personas, con su manera de actuar y de relacionarse. Se aborda este tema para conocer que es muy importante conocer los diferentes comportamientos de trabajadores al respecto:

La relación de los grupos es muy importante para poder entender mejor sobre el clima laboral mediante grupos ya que en toda organización existirá la interacción entre los varios grupos que existen en ella. La forma de establecer las condiciones entre los grupos, que incrementan la productividad de cada uno de ellos y que den como resultado relaciones humanas favorables, es un problema al cual se enfrenta continuamente la gerencia. Uno de los principales problemas entre los grupos es el de la competencia. Chrudden S., 1997 (p. 189)

El desarrollo organizacional es muy importante para el clima laboral ya que con esto podemos tener beneficios para nuestra empresa como un buen ambiente de trabajo, además de que se puede disminuir la rotación de personal.

Es una estrategia educativa adoptada para lograr un cambio planeado de la organización, que se centra en los valores, actitudes, relaciones, y clima organizacional, tomando como punto de partida las personas y se orienta hacia las metas, estructura o técnicas de la organización. El cambio que se busca está ligado directamente a las exigencias o demandas que la organización intenta satisfacer. Se basa en una estrategia educativa que hace hincapié en la importancia del comportamiento experimentando en un clima de colaboración. Audirac, 2005 (p. 74)

Día a día las organizaciones deben irse actualizando, ya que mediante esto se van fortaleciendo las distintas áreas de la empresa para una mayor producción, calidad y desarrollo interno.

La organización que aprende tiene el desafío de que superen los obstáculos y exploten las oportunidades que son producto de la aceleración de la dinámica industrial. Para tener éxito, las organizaciones deben exhibir características de aprendizaje continuo y adaptivo. Además se debe implementar el aprendizaje organizacional donde se incluye fuentes externas e internas. De manera externa, una organización pueden aprender de sus clientes, proveedores, competidores, publicaciones industriales y académicas, socios de negocio y consultores. De forma interna, la organización puede hacerlo de sus empleados, en especial, quienes trabajan de manera directa con los clientes son una gran fuente de ideas novedosas. Lussier, 2011 (p. 184)

MOTIVACIÓN DEL PERSONAL EN UNA EMPRESA

La motivación es una herramienta de vital importancia para el individuo a la hora de desarrollar cualquier actividad para elevar el desempeño de los trabajadores;

La motivación es dar a los empleados una razón para hacer el trabajo e impulsar su mejor realización así como aquello capaz de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo. La motivación implica estados internos que dirigen el organismo hacia metas o fines determinados, con la finalidad de lograr los objetivos de la empresa de ser una organización de calidad, son los impulsos que mueven a las personas a realizar acciones para alcanzar sus metas y propósitos, haciendo hincapié, en que la motivación es un término genérico que se aplica a una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares. Benavides, 2005 (p. 127)

RELACIÓN MOTIVACIÓN-DESEMPEÑO

El ser humano se encuentra en constante movimiento en busca de su adaptación, está rodeado de estímulos que regulan su vida, creando y transformando los elementos que están a su alcance en este sentido:

El desempeño está ligado con la motivación, para pretender hacer planes al momento de desempeñar sus labores los trabajadores; son planes de compensación que pagan a los empleados con base en alguna medida de desempeño. Los planes de pago por pieza productiva, los planes de incentivos en sueldos, reparto de utilidades y bonos en una sola exhibición son ejemplo de esto. Al respecto se atraen las siguientes definiciones, Desempeño: tiempo que pasa el trabajador en su puesto donde el cual el recibe una remuneración. Motivación: son las formas que el gerente realiza para que el trabajador tenga un impulso a incrementar su deseo de trabajo y cumplimiento de sus metas. Robbins y Couttier, 2004 (p. 209)

TIPOS DE INCENTIVOS

El incentivo es la forma en la que se logra que una persona se vea alentada a alcanzar metas siendo estas recompensadas y así llevarlas a cabo.

La motivación de los empleados para que sean más productivos y para que produzcan con un alto nivel de calidad requiere que se use una pluralidad de incentivos en proporciones variables, como mejor los estime. A continuación se mencionan los siguientes tipos de incentivos: dinero- es un incentivo en extremo complejo que literalmente significa distintas cosas para diferentes personas. En una sociedad en donde la satisfacción de las necesidades materiales de un individuo depende del dinero proveniente ya sea de salarios; seguridad- puede proporcionar un sentido de libertad o independencia que lo estimula a participar más plenamente en el puesto y a trabajar hacia el logro de los objetivos de la negociación; afiliación- necesidad de unirse con otros en relaciones que sean mutuamente satisfactorias y de apoyo; estima- consisten en oportunidades para ejecutar tareas que se consideran de importancia para la organización y para la sociedad y en tener poder sobre personas y recursos; autorrealización- esta categoría incluye la oportunidad para lograr una sensación de competencia ocupacional y logro; la competencia ocupacional se refiere a la habilidad de desempeño y al conocimiento por parte del individuo, de lo que es capaz de hacer y no hacer. Chrudden, P. y Sherman, A. 1999, (p. 260)

Un aspecto que cabe resaltar dentro de la provisión al Capital Humano es a decir de, Vázquez (2013),

El reconocimiento y su efectividad como complemento de los incentivos económicos a los operarios de la empresa maquiladora de San Pedro, Coah. Es un elemento que reconocen de manera importante los operarios. Toda vez que las maquilas son una empresa de montaje, que se encarga del proceso de fabricación, de un producto para otra marca comercial. En este mismo orden de ideas. (p.36)

REMUNERACIÓN ECONOMICA

De acuerdo al CNIMME, la remuneración económica son todos los pagos en salarios y sueldos efectuados, para retribuir el trabajo realizado por concepto de prestaciones sociales, contribuciones patronales a la seguridad social y utilidades repartidas.

Por remuneración real se entiende que son todos los pagos en salarios y sueldos efectuados, para retribuir el trabajo realizado por el personal, así como pagos adicionales a los mismos por concepto de prestaciones sociales.

CONDICIONES LABORALES DE TRABAJO DE OPERARIOS

De acuerdo al CNIMME los operarios son las personas (hombres y mujeres) que realiza predominantemente manuales o tareas auxiliares al proceso de producción, tal como el dedicado a la limpieza, reparación, mantenimiento, despacho, almacenaje, embalaje, provisión de materias primas, carga y descargar, conducción de vehículos, etcétera.

Es importante conocer las condiciones laborales en que estos se encuentran. las condiciones de trabajo se refieren a las características que involucra su realización e integrar los siguientes aspectos: ingreso, tiempo, prestaciones, capacitación, oportunidades de desarrollo, seguridad y limpieza, bienestar y carga de trabajo. Que pueden llegar a ser incluso estímulos y reconocimientos para el trabajador.

MÉTODO

El presente documento se desprende de la recopilación de diversas investigaciones documentales, en internet y tesis de egresados con las cuales se pudieron identificar cinco categorías (gestión, selección, capacitación, rotación, calidad), con sus correspondientes dimensiones y sub-dimensiones de las cuales surgen 24 indicadores (formación, orientación, planeación, organización, desarrollo, desempeño, efectividad, competitividad, reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, adiestramiento, rotación, ausentismo, promoción, calidad de vida, calidad laboral, motivación, incentivación, relaciones, desempeños, remuneración), a través de un instrumento con preguntas estructuradas, semi-estructuradas y abiertas en 26 reactivos aplicado a una muestra de 10 medianas y grandes empresas en el municipio de San Pedro, Coahuila, lo que permitió desarrollar un estudio mixto para identificar y relacionar lo que opinan los empleadores y sustentarlas de alguna manera con apoyos

documentales la parte teórica de las variables. Bajo estas consideraciones la investigación se puede considerar exploratoria, descriptiva y correlacional

Investigación exploratoria: se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado. Investigación descriptiva: busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo de población. Investigación correlacional: Tiene como propósito evaluar la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables. Hernández Et. Al. 2004 (p. 115)

Este estudio se considera exploratorio por ser un tema que no se le da mucho seguimiento a pesar de la importancia puesto que las empresas demandan cada vez más una preparación de calidad en los egresados y además el enfoque es mixto a decir de Hernández Et. Al 2004:

Ya que ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas. Requiere de un manejo completo de los enfoques y una mentalidad abierta. Agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques. La investigación oscila entre los esquemas de pensamiento inductivo y deductivo, además de que por parte del investigador necesita un enorme dinamismo en el proceso. Lleva un punto de vinculación lo cualitativo y cuantitativo, que suele resultar inaceptable para los puristas. (p. 21)

RESULTADOS

Los resultados obtenidos a partir de los datos que nos genera la información hacen percibir un alto significado de las categorías que tiene que ver con la gestión del capital humano desde su previsión, hasta su selección para pasar a una adecuada provisión en la dimensión de la capacitación y adiestramiento lo que permite dimensionar de una forma diferente y favorable la rotación de personal, puesto que evitarla se puede satisfacer a través de la promoción la necesidad de cobertura en los espacios laborales, generándoles un mejor nivel en la quinta categoría que es la calidad en el desempeño del capital humano, de forma tal que pueda reenfocar con la participación de las instituciones educativas el proceso de previsión y provisión de capital humano.

Además se observó la prevalencia en la demanda de las empresas los siguientes elementos: la solución de problemas, la creatividad, la innovación la sinergia, la asertividad, la proactividad, el entusiasmo, sentido de pertenencia, el respeto, la responsabilidad, el compromiso y el amor al trabajo como habilidades, destrezas y competencias que además de los conocimientos las empresas las consideran fundamentales.

En cuanto a los empleados se observó que: demandan mayor reconocimiento, participación, consideraciones, involucramiento, incentivo, participación, motivación y entusiasmo que las empresas les generen o provean para mejorar el clima laboral. Se reconoce la necesidad por parte de las empresas de mejorar los procesos de reclutamiento, selección, inducción, capacitación y adiestramiento que les permita disminuir la rotación de personal.

Coinciden los empresarios y los trabajadores en la necesidad de aumentar y desarrollar aspectos como son la calidad de vida, el bien común, la dignidad humana, el principio de solidaridad, la participación social, que si bien son aspectos que se conforman en los contextos familiar, social y escolar inciden en el ausentismo como en la deserción o bajo desempeño del personal, se argumentó que las Instituciones Educativas, necesariamente aparte de los conocimientos deberían promocionar el desarrollo de actitudes, valores, comportamientos, habilidades, competencias y destrezas en sus egresados.

CONCLUSIONES

De acuerdo a lo que se presenta, se advierte que para llevar una buena previsión y provisión de capital humano en una organización, son necesarios diferentes elementos como son la formación y capacitación adecuada para el trabajo, ya que si se lleva un buen manejo de estos elementos, se

obtendrán resultados favorables, además se reconoce que necesariamente se requiere de las Instituciones Educativas una mayor intervención y participación en el proceso.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a las empresas que para contar con una mejor previsión y provisión para el capital humano, es necesario considerar los hallazgos de esta investigación, además de generar una estrecha relación con las Instituciones Educativas para que estas incorporen en sus modelos educativos el desarrollo de los elementos necesarios para la previsión y provisión del capital humano que demandan y así crear un clima organizacional idóneo en un esquema ganar-ganar, donde los empleados hagan las cosas con entusiasmo, tengan una buena motivación, y en consecuencia un mejor desempeño, calidad y productividad.

BIBLIOGRAFÍA

Audirac, Carlos Augusto (2005), ABC del desarrollo organizacional. Trillos. México DF.

Arias, F. (2010) Administración de recursos humanos para el alto desempeño. Trillas quinta edición, México.

Benavides, J. (2005). Administración (primera en español) McGraw Hill. Interamericana. México. Falta Benavides F

Chiavenato, L. (2000) Administración de recursos humanos, Mc Graw Hill, tercera edición, México.

Chruden y Sherman. (2006) Administración de personal. Cecs. México DF.

Dessler, G. (2001) Administración de personal, Pearson. New jersey, U.S.A.

Gutierrez Pulido Humberto (2004) Calidad total y productividad, Mc Graw Hill, México, Df.

Hernández Sampieri Roberto, Fernandez Collado Carlos y Baptista Lucio Pilar (2004) Metodología de la investigación, Mc Graw Hill, México, Df.

Lussier, Robert N. (2011) Liderazgo, teoría, aplicación y desarrollo de habilidades. Cengage learning. México DF.

Reyes, A. (2000) Administración de personal. Limosa, México.

Silíceo, A. (1996) Capacitación y desarrollo de personal, Limusa, Tercera edición. México.

Sarries Sanz L. y Cazares García E. (2008) “Buenas prácticas de recursos humanos” ESIC Editorial.

Robbins, S. (2004), Comportamiento organizacional (Décima edición). México: Pearson Educación.

<http://www.monografias.com/trabajos17/antecedentes-seguridadsocial/antecedentes-seguridad-social.shtml>



LA INCLUSION LABORAL MEDIANTE EQUIPOS DE TRABAJO A DISTANCIA (WORK INCLUSION THROUGH REMOTE TEAM WORK)

Mayra Janeth López Ramírez

*Estudiante de Maestría en Recursos Humanos de la Facultad de Contaduría Pública de la
UANL*

*Av. Universidad s/n, Cd. Universitaria
Nacionalidad Mexicana.
mayralopez_@hotmail.com*

Pablo Guerra Rodríguez

Catedrático de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la UANL.

*Av. Universidad s/n, Cd. Universitaria
Nacionalidad Mexicana.
pablo.guerrard@uanl.edu.mx*

Fecha de envío: 26/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 29/Mayo/2015

RESUMEN

El propósito de la presente investigación es dar a conocer, a los líderes de las medianas y grandes empresas en Nuevo León, una alternativa que les permita por un lado, atraer al mejor talento humano a su organización, sobrepasando barreras físicas, sociales y/o geográficas y por otro lado, adoptar una postura laboralmente inclusiva que beneficie a su organización como a la sociedad misma.

A lo largo de esta investigación documental y descriptiva, se presentará información acerca de la metodología de trabajo a distancia, sus ventajas, sus retos y la realidad que viven las empresas que hoy en día utilizan esta alternativa como medio para desarrollar sus procesos y alcanzar sus objetivos.

Y por otro lado, se presenta una breve descripción de lo que es la inclusión laboral, sus ventajas y beneficios, para los empleadores en México. En este estudio se muestra a los empleadores que la implementación de un enfoque inclusivo, es absolutamente alcanzable, y que puede lograrse con base en un esquema de trabajo; que de hecho muchas organizaciones utilizan hoy en día, por sus muchos beneficios en costos y motivación de personal: Los equipos de trabajo a distancia.

Por último se complementa la propuesta, presentando las principales consideraciones que debiera tener una empresa que desee implementar políticas incluyentes en el área de capital humano, mediante el apoyo de la metodología de trabajo a distancia, haciendo mención de algunas organizaciones dedicadas al enlace de las empresas con candidatos, y que además, capacitan a los encargados de la administración del talento humano en la transición hacia una política incluyente.

Palabras clave: Inclusión laboral, Equipos de trabajo a distancia, Discapacidad Física y Responsabilidad Social.

ABSTRACT

The purpose of this research is to inform leaders of medium and large sized companies at Nuevo León, an alternative way to attract the best talent to their organization, surpassing physical, social or geographical barriers on one side, and on the other hand, to adapt an occupationally inclusive position that will benefit their organization and the society itself.

Throughout this documentary and descriptive research, it will present information regarding the methodology of “remote teamwork”, its challenges and the reality faced by the enterprises that are using this current alternative in order to develop their processes and goals achieving.

In addition, it will present a brief description of work inclusion means its advantages and benefits for employers in México. This research also demonstrates employers that the

implementation of an inclusive approach is attainable and it can be done based on a scheme of work that in fact many organizations actually use remote teamwork due its many benefits in costs and staff motivation.

Finally, it complement the proposal presenting the elements that should be taken in consideration for any organization that wish to implement inclusive policies by the methodology of remote teamwork. Mentioning that there are some organizations focused on establishing the link between companies and potential candidates and there are firms offering training to adopt work inclusive policies.

Key words: Work Inclusion, Remote teamwork, Physical disabilities and Social Responsibility

INTRODUCCION

Los equipos de trabajo a distancia son una forma de organización laboral que actualmente utilizan muchos de los grandes corporativos internacionales instalados en México. La ventaja de este esquema de trabajo, es que permite que personas ubicadas en diferentes zonas geográficas compartan actividades, metas, objetivos y/o tareas en tiempo real.

Las herramientas que utilizan los equipos de trabajo a distancia facilitan el acceso a la información, procesos, y comunicación de la misma, desde cualquier lugar a cualquier persona que cuente con internet y un software que le permita el acceso a la red privada de la organización de la que forma parte. El costo de contar con estas herramientas es mucho menor del beneficio que se recibe del uso de las mismas.

Esta, es una realidad de nuestros días, de acuerdo a la información presentada por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), en el boletín de resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleos de Febrero de 2015, en el cuarto trimestre de 2014,

en México hay 29.6 millones de personas que declararon no estar disponibles para trabajar debido a que tenían otras obligaciones o tenían interés pero se encontraba en un contexto que les impedía hacerlo. Entendiendo por “personas con interés de trabajar”, a aquellas que explícitamente expresaron en el censo, que no trabajan debido a que tienen algún niño pequeño o enfermo que cuidar en casa, o bien, que por algún impedimento físico de carácter temporal, como lo puede ser un embarazo complicado, o un accidente, no pueden integrarse a la fuerza laboral, aun cuando tienen la preparación necesaria para hacerlo. Que en el caso del estado de Nuevo León aparece con 4% de su población.

Este hecho afecta no solo a los candidatos, sino también a las organizaciones que pueden descartar talento valioso para la organización por motivos ajenos a su preparación o competencias.

Y es por esto, que mediante el esquema de equipos de trabajo a distancia se propone lograr una solución creativa al problema social y económico del desempleo por un lado, y por otro lado a los retos que enfrentan las organizaciones hoy en un día para atraer y retener talento valioso con capacidades diferentes.

MARCO TEORICO

Equipos de trabajo a distancia ¿A qué llamamos equipos a distancia?

En el medio del torbellino de nuevas formas de organizar el trabajo y las nuevas herramientas que se desarrollan para facilitarnos la colaboración para el logro de los objetivos organizacionales, surge la necesidad de definir lo que son: los equipos a distancia.

Anne de Beer y Gerard Blanc (1985) en un estudio que realizaron con más de 50 definiciones de trabajo a distancia y distinguieron 3 conceptos comunes que nos ayudan a entender el termino y son: organización, localización y tecnología, y de esta manera, llegan a definirlo como: “Una forma de trabajo, en la que; el trabajo se realiza en un lugar alejado de las oficinas centrales o de las instalaciones de producción, alejando así al trabajador del contacto personal con otros trabajadores; y en el que, las nuevas tecnologías permiten este alejamiento mediante la ayuda de la comunicación”

El trabajo a distancia, puede implicar a una persona, o a un grupo de personas, y puede representar una parte o en la totalidad de las actividades de trabajo de una o varias personas.

CARACTERISTICAS DE LOS EQUIPOS DE TRABAJO A DISTANCIA

Según Gibson (2000) tradicionalmente se define al equipo de trabajo como “el grupo conformado por dos o más miembros en una organización que interactúan y trabajan juntos para realizar una tarea o proyecto en particular, en el que el comportamiento y/o rendimiento de un miembro del equipo es influenciado por el comportamiento y/o rendimiento de otros miembros del equipo”

Adicionalmente a estas características, los equipos de trabajo a distancia tienen las siguientes cualidades:

1. Sus miembros están físicamente dispersos: en este punto, el grado de separación entre cada uno de los miembros del equipo puede ser tan grande, como lo sea la necesidad específica del trabajo a desarrollar. Por ejemplo, si una empresa mexicana necesita un especialista, y este estuviera ubicado en

Sudáfrica, actualmente, no habría barreras geográficas que limiten a una persona para colaborar en un equipo de trabajo.

2. Los miembros del equipo pueden o no pertenecer a la misma organización: aun cuando los miembros de un equipo estén ubicados en el mismo territorio, el hecho de pertenecer a distintas organizaciones, hace que se consideren equipos a distancia. Estas personas, por lo general tienen distintos horarios, distintas actividades, y por lo general solamente destinan un tiempo determinado a su participación en el equipo en el cual colaboran.
3. Invariablemente están interconectados por medios electrónicos: en todos los casos, los equipos a distancia, se valen de instrumentos tecnológicos, de todos los niveles para llevar a cabo la comunicación. Así podemos ver a empresas que conectan sus equipos mediante software de mensajería instantánea, software que permita el desarrollo de juntas en vivo, en las que los participantes observen una misma pantalla y pueden externar sus preguntas vía chat, e incluso aquellas empresas más arriesgadas, utilizan mecanismos video presenciales para las reuniones de equipo, entrevistas, etc., como una forma de experiencia más personal.
4. Diversidad funcional y cultural: como ya se mencionó en puntos anteriores, los miembros de los equipos de trabajo a distancia, suelen estar ubicados en locaciones, países, ciudades u organizaciones distintas. Esto hace fácil pensar que sus miembros pudiesen pertenecer a culturas organizacionales y/o nacionales distintas.

5. Enfrentan la barrera del tiempo: por lo general los equipos de trabajo a distancia enfrentan el obstáculo de empatar el tiempo de todos los participantes para desarrollar las juntas de participación del equipo. Esto en el nivel más sencillo, se refiere a que los miembros del equipo a distancia, al no pertenecer a la misma área funcional, no comparte actividades y tal vez, empatar las agendas puede ser complicado. A un nivel mucho más internacional, los equipos de trabajo a distancia, enfrentan la barrera del horario, al incluir participantes de distintas naciones y continentes, lo que lleva a que las juntas de trabajo sean en ocasiones o muy tarde o muy temprano para alguno o algunos miembros del equipo.
6. Flexibilidad: por último, el liderazgo de los equipos de trabajo, por lo general supone una orientación mucho más flexible que las de los equipos de trabajo presenciales.

JUSTIFICACION DEL TRABAJO A DISTANCIA

A pesar de los costos que puede representar el trabajo a distancia, las empresas optan por esta modalidad, porque de este modo tienen acceso al capital humano más eficiente en cualquier parte del mundo en la que se localice, cambio de la inversión en herramientas tecnológicas como video presencial, sistemas de mensajería instantánea, redes satelitales, servidores compartidos o VPN (Redes Virtuales Privadas por su siglas en inglés).

Uno de los factores que ha ido impulsando la adopción de los equipos de trabajo a distancia es, que la forma de hacer negocios es cada vez es más compleja. Con esto nos referimos por dar un ejemplo, a que un buen número de compañías al tratar de abarcar un nuevo mercado, ahora deciden hacerlo mediante Joint Venture (alianza estratégica entre dos o más empresas por un fin), o fusiones, con lo que logran expandirse más allá de las fronteras de su nación y aprovechar las ventajas competitivas que ofrecen los mercados externos, de una manera relativamente segura.

Las equipos de trabajo a distancia, han representado una alternativa de ahorro, ya que ahora, las oficinas pueden darse el lujo de ser más pequeñas y albergar solamente al personal cuya presencia física es absolutamente necesaria y el resto del personal, puede ser itinerantemente presencia o remoto, que con las tecnologías utilizada para el trabajo a distancia, no es necesario la supervisión, ya que se mide en base a métricas de resultados establecidos en las metas y objetivos de la función de trabajo en los equipos a distancia.

FORTALEZAS DE LOS EQUIPOS A DISTANCIA

Como se mencionó antes, los costos de instalación son relativamente más bajos, al no requerirse instalaciones tan grandes o complejas para dar cavidad a todos los miembros del equipo. Incluso en casos extremos, las oficinas no serían necesarias.

Según la Organización Internacional del Trabajo en Ginebra (Condiciones de trabajo, recopilación, 1990), hay un consenso ampliamente aceptado acerca de que el trabajo a distancia ofrece buenos resultados y un impacto positivo en la productividad. Y también se mencionan que los buenos resultados se atribuyen a la falta de interrupciones y a la mejor concentración en mayor medida, y por otra parte, al mayor nivel de energía en el trabajo, debido a que se elimine el tiempo perdido de los traslados y la frustración por el traslado al trabajo.

El trabajo a distancia permite la retención del capital humano, que de no contar con las facilidades de esta modalidad, se verían forzados a retirarse de la fuerza laboral, como es el ejemplo de las mujeres madres de familia, o de los empleados cercanos a su jubilación. Estos dos grupos de personas, encuentran en el trabajo en equipos a distancia, una opción para seguir colaborando con la empresa, aun en las condiciones en las que el crecimiento profesional se ve limitado al cambio de residencia, o constantes viajes de trabajo; el trabajo en equipos a distancia ofrece incluso, la posibilidad de obtener una proyección internacional y la oportunidad de colaborar en proyectos importantes sin abstenerse por estos tipos de limitaciones. Esta modalidad de organización laboral abre la puerta a posibilidades de, trabajo desde casa, como una alternativa para la inclusión laboral.

PRINCIPALES NECESIDADES DE LOS EQUIPOS

Un aspecto básico antes de optar por una organización de equipos a distancia, es tener en cuenta que esta metodología no necesariamente funciona para todas las personas. En este punto, deben tenerse en cuenta los intereses, necesidades y actitudes de los propios empleados a distancia.

Así por ejemplo, las personas que aprecian el trabajo en equipo a distancia es por la flexibilidad del mismo, como una característica deseable. En general disfrutan la autonomía y la posibilidad de concentrarse mejor, se adaptan fácilmente a los cambios, aprecian la diversidad cultural, son tolerantes, comprometidos y en ocasiones dominan más de un idioma.

INCLUSION LABORAL

Desde una perspectiva mundial, México forma parte de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y también forma parte de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y como tal, mantiene convenios y tratados que lo obligan hacer valer el respeto universal y la observancia de los derechos humanos y de las libertades fundamentales de todas las personas que conforman nuestra nación, entre las cuales para esta investigación destacan las concernientes a las personas en situación de vulnerabilidad.

En base a nuestro marco jurídico nacional, las personas en situación de vulnerabilidad se encuentran concretamente en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el artículo primero, en la Ley Federal de Trabajo en los artículos tercero, cincuenta y seis y ciento treinta y tres, así sucesivamente, existe todo un marco regulatorio que respalda y apoya con beneficios no solamente a estas personas, sino también a las empresas mismas.

A través del Distintivo Empresa Incluyente “Gilberto Rincón Gallardo” y el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) promueve el enfoque de la inclusión laboral como aquel que mediante el cual se creen condiciones favorables para la participación de personas en situación de vulnerabilidad dentro del mercado laboral sin discriminación y con igualdad de oportunidades en el acceso,

permanencia, remuneración, y ascenso en el empleo, a través de una acción corresponsable del sector empresarial, las instituciones públicas y la sociedad en su conjunto.

ESTADISTICA DE GRUPOS EXCLUIDOS DE LA ACTIVIDAD LABORAL

De acuerdo al con el XIII Censo General de Población y Vivienda, realizado por el INEGI, en el año 2010, a nivel nacional había cuatro millones 575 mil 784 personas con alguna limitación para realizar alguna actividad, lo cual representó el 4.03% de la población total. Por sexo, fue mayor el porcentaje de mujeres (50.1%), en comparación con el de hombres (49.9 %). Y los tipos de limitación se presentan en la siguiente tabla 1:

Tabla 1.

Tipo de limitación	Cantidad de Personas	Porcentaje
Caminar o moverse	2,437,397	53.8
Ver	1,292,201	28.3
Escuchar	498,640	11.0
Hablar o comunicarse	401,534	8.9
Atender el cuidado personal	229,029	5.1
Poner atención	209,306	4.6
Mental	448,873	9.9

Fuente: INEGI XIII Censo General de Población y Vivienda (CPV), 2010. Tabulados del cuestionario básico

RECONOCIMIENTOS Y BENEFICIOS PARA LAS EMPRESAS INCLUYENTES EN MEXICO

En México como en resto del mundo, desde hace tiempo se otorgan premios de calidad y productividad a las empresas que se destacan por las mejores prácticas en sus ramos en estos aspectos.

Sin embargo, de un tiempo a la fecha, las principales empresas del país han empezado a buscar certificarse como “Empresas Socialmente Responsables”, este hecho ha puesto en la mira, el término de la Responsabilidad Social, para un número importante de empresas del país, que poco a poco buscan adoptar estas prácticas, por los beneficios que le confieren a quienes las practican o cuentan con tal certificación.

Hablando específicamente de la no discriminación e igualdad de oportunidades, si bien, la Reforma Laboral del 2012 abrió los ojos al mundo empresarial e institucional respecto a la importancia, y derecho que tienen las personas de contar con las mismas posibilidades de ser contratadas, independientemente de su género,, grupo étnico o condición social, debemos mencionar que ya desde antes, había ya una preocupación respecto a las oportunidades que en específico tienen las mujeres en el país para competir en igualdad de circunstancias con hombres para un mismo puesto de trabajo. Con el objetivo de luchar por mejores oportunidades de trabajo, y hacer conciencia en la sociedad.

El instituto Nacional de las Mujeres, otorga una certificación de acuerdo al Modelo de Equidad de Género (MEG), que es un sistema de gestión de equidad de género, a las empresas, instituciones públicas y organismos de la sociedad civil que practiquen o han incluido políticas de equidad de género que promueven la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres en el acceso al empleo, remuneraciones más equitativas, capacitación, desarrollo profesional y

participación en la toma de decisiones. Cabe mencionar que esta calificación es reconocida por el gobierno federal.

Por otra parte, el CONAPRED, otorga el Modelo de Reconocimiento por la Cultura de la no Discriminación, que evalúa y verifica la implementación de la metodología creada por este organismo, en la que se sugiere una serie de acciones como la adaptación de políticas, normas y prácticas laborales, para superar la problemática de la exclusión laboral, y generar nuevos patrones basados en una convivencia con tolerancia, respeto e igualdad de oportunidades.

Y finalmente, el Distintivo Empresa Socialmente Responsable que otorga el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI) y AliaRSE, el cual se otorga como reconocimiento, a aquellas empresas que demuestran su compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como lo externo, considerando las expectativas de todos sus grupos de interés en lo económico, social, humano y ambiental; demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente con la finalidad de construir un bien común y armónico.

Estos son algunos de los reconocimientos que se otorgan en México para las empresas con políticas socialmente responsables e inclusivas. Estos distintivos, además de reconocimiento público, otorgan a las empresas que lo reciben algunos beneficios, entre los que podemos mencionar los siguientes:

1. Respaldo para solicitud de préstamos e inversiones. Actualmente cada vez más empresas financieras recurren a las listas de Empresas Socialmente Responsables y reconocidas por el gobierno federal como incluyentes, para evaluar sus riesgos sobre inversión o préstamos otorgados.

2. Mejor rendimiento. Se ha demostrado en distintas publicaciones de la industria, que las empresas con un nivel de productividad mayor a la media desarrollan planes y acciones de Responsabilidad Social e inclusión laboral.
3. Se ha demostrado también que la marca de Responsabilidad Social afecta las decisiones de compra entre productos de la misma calidad y precio. Todos los distintivos antes mencionados otorgan el beneficio de poderse colocar el distintivo del logo, junto con la marca de la empresa, para informar al consumidor.
4. El gobierno federal y los gobiernos estatales otorgan estímulos fiscales a las empresas que contraten personas pertenecientes a grupos vulnerables, o realicen aportaciones y mejoras para el acceso de estas personas a sus instalaciones. “con el fin de incentivar la contratación de adultos mayores y personas con capacidades diferentes, el artículo 186 de la Ley del Impuesto sobre la Renta y el artículo 1.5 del Decreto del 26 de diciembre de 2013 establecen estímulo fiscales para los empleadores que contraten a dichas personas, siempre que se cumplan los requisitos que establecen las citadas disposiciones” (SAT, 2014).
5. Reconocimiento público a nivel nacional e internacional. por buenas prácticas laborales.

EMPRESAS INCLUYENTES EN MEXICO

Las principales empresas que han participado y han sido galardonadas con el Gilberto Rincón Gallardo son:

- Volkswagen de México
- Grupo Sabritas
- Genomma Lab Internacional

- Johson Controls Services
- Home Depot
- Multipack
- Manpower Group
- Pepsico México
- FEMSA (Cadena OXXO)

Hasta el año 2013 un total de 390 centros de trabajo fueron galardonados con el Distintivo Gilberto Rincón Gallardo para empresas incluyentes, y como lo refleja la siguiente tabla 2, la tendencia desde el 2005 al 2013 ha ido en aumento.

Tabla 2.

Años	Núm. de Centros de trabajo	Trabajadores en los centros de trabajo	Personas en Situación de Vulnerabilidad	Total de Personas en Situación de Vulnerabilidad	
				Mujeres	Hombres
2005	96	145,671	1,242	364	878
2006	167	144,934	1,457	609	848
2007	126	99,737	1,204	348	856
2008	32	39,273	682	279	403
2009	51	31,648	1,397	438	959
2010	22	11,443	367	123	244
2011	38	16,858	492	199	293

2012	161	68,848	3,630	2,762	868
2013	390	107,112	5,834	3,833	2001
TOTAL	1,083	665,524	16,305	8,955	7,350

Tabla: "Principales resultados" (Distintivo Gilberto Rincón Gallardo 2005-2013) Fuente: Secretaria del Trabajo y Previsión Social.

Así mismo, podemos apreciar en la gráfica que el número de mujeres en situación de vulnerabilidad laboral se incrementó de una manera notable a partir de 2012. Siendo los adultos mayores y las personas con discapacidad motora y auditiva, los grupos más afectados en el caso de los hombres y jefas de familia y adultos mayores en el caso de las mujeres de acuerdo a la tabla 3 del tipo de Situación de vulnerabilidad.

Tabla 3

Tipos de Situación de Vulnerabilidad	Total	Hombre	Mujer
Discapacidad Auditiva	2,249	1,456	793
D. Intelectual	804	593	211
D. Motora	2,654	1,721	933
D. Visual	686	457	229
D. Mental/Psicosocial	23	13	10
Subtotal PCD	6,416	4,240	2,176
Personas Adultos	4,429	2,884	1,545

Mayores			
Personas VIH	20	18	2
Jefas de Familia	5,063	0	5,063
LGBTTTI*	245	179	66
Talla Baja	127	26	101
Otros Grupos	5	3	2
Total	16,305	7,350	8,955

Fuente: Dirección General para la Igualdad Laboral de la STPS. *Lésbico, Gay, Bisexual, Transexual, Travesti, Transgénero e intersexual

Pese a que no hay estadísticas publicadas referentes a las tasas de rotación de los empleados pertenecientes a grupos considerados en situación de vulnerabilidad laboral en México, se pudo encontrar un estudio desarrollado en el 2012 por la empresa estadounidense Walgreens; según el cual, la tasa de rotación del persona con discapacidad fue un 48% menor a la de los demás empleados. (E.B. School, 2012)

INCLUSION LABORAL EN EL MUNDO

Resulta interesante, al menos mencionar que países como Estados Unidos, además de que los beneficios no monetarios que gozan las empresas incluyentes son similares a los mencionados en esta investigación para empresas mexicanas, el gobierno norteamericano también ofrece incentivos fiscales a las empresas incluyentes.

Estos beneficios van desde, acceso a créditos para remodelaciones de las instalaciones de empresas que contraten personal con discapacidad. Deducibilidad de los gastos que hagan las empresas para facilitar la movilidad de empleados con discapacidad, y hasta créditos fiscales de hasta 40% de los sueldos del primer año de trabajo de las personas contratadas que pertenezcan a cualquiera de los grupos vulnerables.

Los beneficios monetarios y no monetarios de adoptar posturas incluyentes no son del todo desconocidas para los corporativos de las empresas multinacionales en México, lo que hace falta y a lo que va encaminado este trabajo documental, es a concientizar a los empleadores y a los profesionales del capital humano de empresa nacionales y extranjeras de esta nueva oportunidad para atraer talento humana con valor a sus empresas, hacerles saber que hay maneras de dar oportunidades laborales a personas preparadas, sin importar las barreras físicas, y que hay herramientas que les pueden servir de guía para que la transición hacia una postura incluyente sea más fácil de implementar y convencerles de que este cambio puede atraer grandes beneficios para las organizaciones que ellos dirigen.

INTEGRACION DE PERSONAL EN EMPRESAS INCLUYENTES

Actualmente la STPS, mediante el Servicio Nacional de Empleo, pone a disposición de trabajadores y patrones el portal www.empleo.gob.mx en el que se puede encontrar ligas a bolsas de trabajo, así como, información importante para considerar al momento de iniciar con procedimientos de reclutamiento incluyente.

Así mismo, instituciones como el EGADE Business School de Monterrey, ofrecen diplomados en inclusión laboral, dirigidos a todas aquellas empresas y profesionistas del capital humano, que pretenden adoptar un enfoque incluyente. Mediante este tipo de diplomados, se

busca capacitar a las organizaciones para la implementación de estrategias sustentables de inclusión laboral. Otras empresas que también ofrecen asesorías para adoptar políticas de inclusión laboral son Manpower y Adecco.

Además existen instituciones dedicadas a la colocación en puestos de trabajo digno de personas en alguna situación de vulnerabilidad laboral. Tal es el caso de la organización “Puertas Abierta ABP” que apoya a personas con discapacidad a encontrar empleo. Se desarrolla el perfil del candidato considerando la preparación y conocimientos de la persona, y al mismo tiempo se evalúa los posibles puestos que esta persona puede ocupar, con base en ese perfil, la información se sube a una bolsa de trabajo, que se vincula con las empresas que desean dar una oportunidad de trabajo a personas con discapacidad. Tanto empresas como los candidatos son evaluados por la asociación para asegurar que las futuras relaciones laborales sean exitosas y benéficas para ambas partes, y en todo momento se cuenta con la asesoría de la institución para posibles dudas del proceso de contratación y adaptación del candidato.

El Instituto Nacional para Adultos Mayores (INAPAM) en Monterrey cuenta con una bolsa de trabajo para adultos mayores, y existen además organizaciones como VidaMujer, que ayudan a las empresas a crear puestos de trabajo en la que puedan definir roles específicos para madres de familia, que mediante roles de trabajo flexibles, pueden seguir contribuyendo a las organizaciones con capacidad y compromiso, y al mismo tiempo combinan su desarrollo profesional con su rol familiar.

METODOLOGIA

El método que se utilizó para el desarrollo de esta investigación es documental y descriptivo, y se basa en la recopilación de información y documentos de distintas fuentes que abordan la inclusión laboral y los equipos de trabajo a distancia.

Así mismo, se buscaron casos de éxitos de empresas que ya utilizan políticas incluyentes, para conocer los beneficios de ser una empresa con ese distintivo y conocer las opciones para transformarse hacia esa postura a través de las opciones de asesoría, capacitación e implementación de políticas.

Lo anterior con la finalidad de poder presentar un panorama concreto y conciso. Y que la información necesaria para que las organizaciones decidan por sí mismas, si están en condiciones de adoptar esta modalidad de trabajo y que esta opción le representa ventajas competitivas para la consecución de metas más allá de lo meramente económico y que dan un valor agregado a la sociedad que pertenece la empresa.

RESULTADOS

Los resultados que se presentan en esta sección corresponden a una sesión de retroalimentación que se llevó a cabo en una empresa transnacional en Monterrey, para dar seguimiento al grupo que participo en un programa piloto para trabajadores remotos.

El grupo estaba compuesto por un total de 15 empleados participantes en el programa, 5 mujeres; 4 de ellas madres de familia, y 10 hombres, 8 de ellos padres de familia y 2 solteros.

Se demostró que las mujeres madres de familia valoraron más el programa, por el hecho de poder combinar el trabajo con el hogar, que desarrollaron un alto compromiso con las tareas que se les asignaron a realizar en el periodo de prueba, mencionando que su compromiso era más

fuerte, y se esforzaron más, porque les interesaba demostrar que el programa funcionaba positivamente, con el fin de seguir disfrutando de lo que ellas consideraban un gran beneficio el estar más tiempo con su familia.

Ellas mismas comentaban, que sus familias también las apoyaron brindándoles el espacio y los medios necesarios, es decir, cooperaron con ellas para permitirle un ambiente en el que pudiera concentrarse mejor y terminar su trabajo a tiempo.

Más allá de esto, estas mismas mujeres comentaron que aprendieron a administrar mejor su tiempo, de manera que pudiesen entregar en forma, tanto las tareas del trabajo como sus actividades con su familia y hogar.

Todo el grupo coincidió en que el hecho de trabajar remotamente había influenciado positivamente en ellos en el aspecto de ser más eficientes, de estar más comprometidos con las tareas asignadas y aprovechar mejor el tiempo. Y algunos de ellos, en su mayoría los hombres, apreciaban el hecho de poder concentrarse mejor mientras trabajaron remotamente.

Es importante mencionar que los resultados aquí expuestos corresponden solamente a uno de los grupos en situación de vulnerabilidad laboral (madres de familia), pero lo que hay que resaltar es la naturaleza del compromiso con la tarea y la organización que se desarrolla por parte de una persona que recibe el beneficio y la oportunidad de poder seguirse desarrollando profesionalmente, y aún más que se le permite seguir teniendo una fuente de ingresos con base su preparación, mediante este esquema de trabajo, que de otra manera no le sería posible.

Al elegir a personas en situación de vulnerabilidad hacia un proceso de inclusión laboral, se genera en ellos, un motivo más para sentirse tomados en cuenta, y que pueden dar lo mejor de ellos por esa oportunidad de trabajo. Para tal efecto, la organización se asegura que tengan los recursos de infraestructura necesarios para desempeñarse laboralmente, que el puesto tenga el perfil definido para un trabajo a remoto, siguiendo reglas claras de conducta, desempeño y éticamente por la información utilizada de la compañía.

Este tipo de programas puede ir más allá de los hallazgos que se presentaron y se pueden encontrar más beneficios que los comentados en este estudio, para las empresas y la sociedad en general, pero la ventaja de este tipo de programas es en beneficiar a un sector de la población que por algún motivo o motivos ya conocidos, no se habían tomado en cuenta, y que son personas tan valiosas y competitivas que el resto de la población.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las propuestas de esta investigación están dirigidas a empresas ubicadas en Nuevo León, pero no implica a que pueda tomarse en cuenta hacia otras entidades, que ya cuentan con la infraestructura para ofrecer empleo de manera remota mediante equipos de trabajo a distancia. Y por esto, nos referimos a cualquier empresa que se conecte vía internet a servicios remotos compartidos. Generalmente las empresas transnacionales utilizan esta metodología de trabajo.

Lo que se propone es iniciar un programa piloto, en el que se elijan candidatos a trabajar remotamente de acuerdo a estándares pre-definidos de rendimiento, y contemplando la naturaleza del trabajo que se desempeña. Se sugiere que en las personas elegidas para el programa piloto, ocupen puestos de trabajo que no requieran supervisión cercana, y de preferencia con perfiles auto-dirigidos, o bien, aquellas personas que trabajan de acuerdo a

proyectos. Este programa piloto ayudará a detectar necesidades de capacitación para los líderes de las personas que trabajan a distancia, como son las necesidades de comunicación con equipos, clientes internos y externos y las necesidades de infraestructura de redes.

En cuanto a la capacitación de los líderes que trabajan con personas en equipos a distancia, es importante que sean conscientes que al trabajar con estos equipos remotos, la intención y eficiencia de la comunicación es fundamental para lograr que no se sientan alejadas estas personas de la organización por estar en otro lugar solos. Para este efecto. Actualmente existen softwares para facilitar la comunicación vía internet, o video-conferencias, llamadas, mensajes de texto para mantenerse comunicados y estar al pendiente de cualquier inquietud o desamino, algunos de estos medios recomendados son los llamados Softphones, Webex, Link (de Outlook), Microsoft Office Communicator: y recientemente Jabber.

En el caso de la seguridad de la información que se maneja se puede lograr mediante el uso de softwares que permita a los equipo remotos conectarse vía VPN a un servidor compartido y recomendando a los candidatos a este programa, el utilizar siempre redes confiables.

Algo que llama nuestra atención es que en un estudio realizado con personas que ya han participado en programas piloto para empleados móviles en la empresa muestra, es que todos ellos mencionan que los beneficios que encuentran en el programa son: Que pierden menos tiempo en los traslados casa-oficina-casa, que su trabajo se ha hecho más eficiente, al poder encontrar lugares para concentrarse mejor y con menos distracciones. Incluso refieren que se sienten más comprometidos con los objetivos del equipo y los resultados de su trabajo al valorar las facilidades y la confianza que les brinda la empresa para trabajar desde casa.

Entre las dificultades que se encontraron en el caso muestra, se mencionaron áreas de oportunidad en la planeación de juntas con personal que estaba trabajando remotamente y solo acude a la oficina en ocasiones aisladas o por requerimientos del equipo. Problemas con la conexión a internet, y la necesidad de buscar maneras de seguir en contacto con los líderes, en caso de que el servicio de electricidad fallase en el lugar en el que se encuentra la gente que trabaja a distancia.

Un aspecto muy importante, al momento de decidir políticas de inclusión laboral mediante equipos de trabajo a distancia es como ya se mencionó; determinar qué tipos de trabajo o puestos pueden ser candidatos a ocuparse por personas pertenecientes a algún grupo vulnerable, considerar los posibles obstáculos que esta persona pudiera enfrentar por una parte y por la otra, tener en cuenta que el trabajo tiene que hacerse y los procesos no pueden detenerse.

Además es necesario evaluar a las personas que se incluirán en un programa de inclusión mediante trabajo a distancia, para asegurarse de que esta persona puede trabajar sin supervisión presencial directa, que cuenta con la capacitación necesaria, y con los recursos de infraestructura (laptop y acceso a una conexión a internet segura) adecuada en el lugar en donde se desarrollará el trabajo. En el caso de incluir personal de nuevo ingreso en este programa, sugerimos llevar a cabo un plan de capacitación extenso para asegurar que la persona domine el trabajo a realizar así como el uso de las aplicaciones para estar en comunicación con su equipo o líder.

Cuando hablamos de incluir a personal con alguna discapacidad física para trabajar en la empresa vía remota, es importante contactar alguna bolsa de trabajo especializada que nos pueda orientar acerca del tipo y nivel de discapacidad de los candidatos al puesto, para asegurar el

beneficio tanto para el empleado, de una manera que llegue a hacerle sentir satisfecho y motivado, y también para la empresa, para asegurar los buenos resultados organizacionales.

Algo muy fundamental, es establecer reglas claras y políticas de selección del personal que participa en estos proyectos, para evitar confusiones o malos entendidos con el resto de las personas que no serían elegibles, ya sea por perfil, desempeño o tipo de trabajo a desempeñar en la organización.

Otro aspecto a considerar, es agregar que los beneficios que reciben las organizaciones que optan por políticas de este tipo son de gran consideración, algunos de ellos son: el ahorro en el costo por espacio; cuantas más personas trabajen remotamente de manera eficiente, menos personas habrá en la empresa, por lo tanto habrá una reducción en gastos operativos y el espacio físico será menor lo que implica ahorro en renta y consumibles.

La atracción y retención del talento valioso; muchas mujeres profesionistas competentes abandonan las organizaciones y sus trabajos a causa de necesidades familiares específicas. Hay ocasiones en las que específicamente el puesto que estas mujeres ocupan, resulta difícil de cubrir, o bien, los costos de capacitación de un nuevo empleado son muy altos debido al tiempo que lleva desarrollarles. La propuesta de inclusión laboral mediante los equipos a distancia, permite a las organizaciones atraer y retener al talento más valioso para la organización.

Finalmente, un ambiente incluyente favorece la diversidad. Las personas aprecian las oportunidades que le ofrece la empresa y trabaja de manera más compartida, y son estas personas que forman parte de un equipo quienes empiezan a permear este sentimiento de pertenencia y compromiso con la organización a sus compañeros por generar un ambiente de respeto y

tolerancia, y este ambiente es altamente motivador para cualquier organización al compartir sus historias de éxito a través de las buenas prácticas laborales.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Abiertas, P, ABP (n.d.) *Puertas Abiertas*. Recuperado en marzo 2015.

<https://www.puertasabiertas.org.mx/servicios.php>

De Beer, A & Blanc G, (1985) *Le travail a distance: Enjeux et perspective, une analyse*

documentaire, Paris, France: Association Internationale Futuribles. (p.81).

CANIPEC (n.d.) *Subsecretaria de Inclusión Laboral de la STPS*. Recuperado en marzo

2015. <https://www.canipeec.org.mx/woo/xtrax/ST.pdf>

CONAPRED (2014), Consejo Nacional Para Prevenir la Discriminación. Recuperado en

Marzo 2015. www.conapred.org.mx

EGADE, B. S. (2012), Portal de Noticias EGADE Business School. Recuperado en marzo

2015. https://egresados.itesm.mx/egresados/plsql/NoticiasPortalOr.NPO_Inicio?l_noticia=3949

ESR, D. (2014-2015) Distintivo ESR y CEMEFI. Recuperado en marzo 2015.

<https://www.distintivoesr.com/que-es-el-distintivo-esr.php> y <http://www.cemefi.org/esr/>

Gallardo, G. R. (2011) Lineamientos, Distintivo empresas incluyentes. Recuperado en

marzo

2015.

http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/sala_prensa/actividades/2011/Lineamientos%20DEI%202011.pdf

Gibson, J. I. (2000), *Las organizaciones, comportamiento, estructura, procesos*. México,

Mc Graw-Hill.

OIT, (1990) Condiciones de trabajo.4 Recopilación, Trabajo a distancia. Recuperado en

marzo 2015. <http://www.ilo.org/public/spanish/support/itcom/downloads/pdf/telework.pdf>

Otros links revisados para referencia bibliográfica:

<http://www.ilo.org/public/spanish/support/itcom/downloads/pdf/telework.pdf>

<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/estrucbol.pdf>

http://www.inmujeres.gob.mx/inmujeres/images/stories/programas/meg/megactualizado2014/3_meg_2012.pdf

<http://www.libreacceso.org/downloads/GUIAINCLUSIONLABORAL.pdf>

http://www.sat.gob.mx/fichas_tematicas/estimulos_patrones_discapacidad/Paginas/default.aspx

Aspx

http://www.stps.gob.mx/bp/micrositios/beneficios_fiscales/DEI%202014.pdf

<http://www.trabajo.gba.gov.ar/informacion/Publicaciones%20P%C3%A1gina/Aproximaci%C3%B3n%20al%20concepto%20de%20teletrabajo.Rubbinni-Suarez%20Mestre.pdf>



USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL LUGAR DE TRABAJO

*Sergio Manuel Madero-Gómez
Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey
Escuela de Negocios
Departamento de Gestión Empresarial y Talento Humano
Ave. Garza Sada 2501 sur 64849
Monterrey, Nuevo León
Tel. 81-83-28-40-90
smadero@itesm.mx*

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 25/Mayo/2015

Resumen

Este proyecto de investigación analiza el impacto del uso de las redes sociales en el ambiente laboral. Se diseñó un cuestionario con 44 reactivos que se aplicó a una muestra de 294 trabajadores, de las cuales 251 (82%) usan las redes sociales en el trabajo y 43 (18%), no las utilizan. Con base a los resultados obtenidos, las personas usan las redes sociales en el trabajo para chatear con amigos y compañeros, (MD = 4.27), por lo que los responsables en las empresas o el área de recursos humanos deben establecer una serie de recomendaciones generales que fomenten el uso responsable y productivo de los sistemas de comunicación e internet (MD = 4.22), también se encontró una relación inversa entre el uso de las redes sociales en el trabajo y la evitación del trabajo $r(289) = -0.27$, $p < 0.001$.

Palabras Claves:

Redes sociales, ambiente laboral, productividad, Recursos Humanos

Abstract

This research analyzes the impact social media has in the workplace environment. A survey was designed with 44 items and applied on 294 workers, from which 251 (82%) use social media when working and 43 (18%), do not use it. Based on the results, people use social media at work to chat with friends and colleagues, (MD = 4.27), so the human resources managers should

establish a series of recommendations to promote the responsible and productive usage of communications systems and the internet (MD = 4.22), an inverse relationship between the use of social media at work and work aversion was also found, $r(289) = -0.27, p < 0.001$.

Introducción

Las redes sociales en Internet han cambiado la forma en que interactúan las personas, ya que ahora tienen menos diálogo verbal, recurriendo a utilizar medios digitales a través de dispositivos móviles que están al alcance de cualquier persona. Siendo tan sencillo poder acceder a ellas, que en cualquier momento los usuarios están al pendiente de sus teléfonos, tablets, etc, convirtiéndose en una tendencia y en una moda. Sin embargo, en el contexto profesional se percibe de una manera negativa, como una distracción y pérdida de tiempo de las personas al estar desempeñando sus actividades laborales.

Por lo que se han estado generando una serie de reflexiones principalmente en el área de recursos humanos para adaptarse a esta situación que se presenta con mayor énfasis, teniendo diversas interrogantes como por ejemplo: ¿El uso de las redes sociales en el centro de trabajo afectan la productividad?, ¿Son distractores permanentes de las personas?, ¿Realmente ayudan a alcanzar las metas y objetivos que se han trazado?, ¿La empresa está preparada para trabajar en un ambiente dinámico?, ¿El uso de las redes sociales puede ser causa de recisión laboral?, entre otros cuestionamientos más.

Pensando en conocer más sobre éstas preguntas iniciales, se ha decidido llevar a cabo esta investigación por la relevancia que tiene estos temas en el ambiente laboral. Dans (2015) menciona que actualmente las compañías están conscientes de la importancia de usar las redes sociales, ya que están observando su progresivo auge, por lo que están viendo la necesidad de

transmitir esa imagen de modernidad y adaptación a los tiempos actuales, aunque ha sido difícil porque muchas de ellas se contradecían de sus prácticas debido a la restricciones, envolviéndose en el rol activo de la conversación, el estar informado, aprendiendo a no privarlos, si quieren que se mantengan al tanto de lo que pasa en su entorno.

Marco Teórico

El uso del internet y las generaciones a través de la historia.

Según datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2014), México cuenta con 51.2 millones de usuarios que usan internet al 2014, teniendo México una población de 122.3 millones de habitantes, según el Banco Mundial en 2013, por lo tanto cerca del 42% de los habitantes tiene acceso a la web.

El promedio de antigüedad del internauta mexicano es de 6 años (AMIPCI, 2014), dando usos principales de acuerdo al siguiente orden: Utilizando correo electrónico, Realizando búsquedas de información, Utilizando redes sociales, Para el uso de videojuegos, Para el uso de electrodomésticos (televisores, estéreos, refrigeradores).

Haciendo un análisis de los estudios hechos por la AMIPCI, observamos que las redes sociales han tenido un gran aumento en estos últimos años, destacando el uso principal en el ocio y dentro de las mismas compañías como un medio de comunicación interna. Cabe mencionar que además del hogar, el trabajo es dónde más tienen acceso a internet, por lo tanto, gran parte del tiempo se convierte en uso potencial de estas plataformas.

Contrastando cómo la tecnología ha sido un parteaguas en esta nueva era digital, todo este comportamiento se debe a que las personas han recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, a lo que se le define como Generación, de acuerdo a la Real Academia Española, los cuales para fines prácticos se desglosan como las cinco generaciones, basados en el modelo de Crindle (2014) que son las siguientes Generación silenciosa-tradicionalista nacidos entre los años (1925-1945), los Baby Boomers nacidos entre 1946 y 1964, la Generación X para aquellos que nacieron entre 1965 y 1979, la Generación Y para los que nacieron entre 1980 y 1994 y finalmente la Generación Z que son los que nacieron entre 1995 y 2009.

¿Qué se plantea con las cinco generaciones?, demostrar que se han tenido diversas vivencias y acontecimientos que han influido en el crecimiento y en el desarrollo humano, permitiéndole acceder a mayor información de una manera más rápida, conocer su entorno y el avance del mundo en menores periodos de tiempo, generando y/o adaptando el estilo de vida que más se adecue, tal como lo mencionan Valerio y Valenzuela (2011).

Tomando en cuenta el estudio realizado por la IEMM (2011) y por Crindle (2014), podemos darnos cuenta que las generaciones X y Y, han sido las que tienen mayor influencia y relación han tenido en la transición digital y en las nuevas formas de comunicación. Actualmente, conviven las tres generaciones en el entorno laboral, por lo que tienen diferentes formas de pensar y actuar, siendo un reto constante para el área de recursos humanos. Bolton, Parasuraman, Hoefnagels, Migchels, Kabadayi, et al. (2013); Ababneh y Shrafat (2014); Laumer, Eckhardt y Weitzel (2010).

Una de las características que menciona Deloitte (2010), es que estas diferencias provocan turbulencia dentro de las empresas, siendo uno de los problemas generacionales ya que su percepción es: “lo diferente es percibido como erróneo”, por eso frecuentemente escuchamos en las empresas juicios de valor negativo por parte de las generaciones maduras respecto de los jóvenes que ingresan en el mundo del trabajo y viceversa, provocando choques, conflictos y problemas de liderazgo y retención de talento.

La manera de poder encontrar un equilibrio y poder lograr tener resultados es comprender las diferencias generacionales, de cómo se originan, cómo evolucionan y fundamentalmente a partir de la creencia de que las formas de trabajo deben evolucionar, implicando dar respuestas nuevas a situaciones nuevas, generando estrategias de Gestión de Talento que respondan a las necesidades actuales y que permitan comprometer a todas las generaciones en el entorno laboral Deloitte (2010).

Definitivamente, todas las generaciones tienen alguna característica en común que las diferencia. Sin embargo, el reto es poder adaptar las formas de trabajo, el estilo de aprendizaje y de vida, en conjunto para que podamos obtener mejores resultados. Levickaité (2010) hace un estudio de la generación X, Y, Z en tres categorías principales: lo social, tecnológico y su ambiente histórico, en el que menciona que las redes sociales son la herramienta de comunicación que usan, cambiando la interacción en un mundo donde no hay fronteras, siendo los principales enfoques en los que se deben analizar a las personas, con la finalidad de que podamos ayudarlos a que conozcan todos los recursos que tienen disponibles.

Redes sociales

¿Qué es una red social?, una red social se puede explicar de muchas formas, la cual claramente evolucionará en los años venideros así que las definiciones no son absolutas. Ibarra (2014) muestra la siguiente definición: “Puede decirse que son las evoluciones de las tradicionales maneras de comunicación del ser humano (radio, televisión, periódico, etc.) que han avanzado con el uso de nuevos canales y herramientas, y se basan en la correlación, conocimiento colectivo y confianza generalizada”

Fernández (2008) dice: “Las redes sociales no son sólo un juego para el encuentro inesperado y sorprendente, sino espacios virtuales organizados para desarrollar proyectos, integrar comunidades de otra manera, poner en pie servicios que de otra manera no existirían, tomar decisiones en tiempos complejos y proyectarse hacia el mercado global usando toda la potencia de la virtualidad” Las redes sociales se han convertido en una extensión más de los usuarios, pues se levantan, comen, ríen y duermen con ellas, siempre están presentes y se han convertido en un estilo de vida.

Las redes sociales se encuentran dentro de una gran encrucijada en la que las empresas las ven como una pérdida de dinero, ya que muchos de sus trabajadores acceden a ellas en su horario laboral y esto afecta a la productividad¹.

La tendencia más reciente es el hecho de que la productividad puede incrementarse fomentando la relación entre los empleados, y en ello tienen mucho que ver las nuevas aplicaciones sociales y

las herramientas colaborativas, porque, si tomamos una empresa como una “red”, también conforma una estructura “social”, Escobar (2014).

Jacoby (2015) menciona que el uso de las redes sociales puede causar riesgos para un negocio cuando los empleados comparten información confidencial de la compañía a través de Facebook, Twitter y otros sitios. También mencionan la gran necesidad de contar con una política de usos y restricciones y lo que debe de cubrir. "Proteja a su organización mediante la escritura y la publicación de una política de medios sociales en su manual del empleado, y advierta a los empleados que tiene la intención de controlar el uso de los medios sociales.

Ambiente laboral y Satisfacción en el trabajo

El impacto personal del uso de redes sociales, no se ha mostrado como una vertiente de la productividad del personal de las empresas. Sin embargo, la resistencia al cambio, ha sido el desaprobar la prohibición del uso de redes sociales de acuerdo a DiMicco y Millen (2007).

Es evidente que la fuerza laboral contemporánea en el mundo ha tenido que moverse en base a sus formas de comunicación, para operar de una manera más fluida según lo menciona Asunda (2010).

El compartir el conocimiento dentro del entorno laboral no es meramente una plataforma para el desarrollo del comportamiento en base a la innovación de los empleados, esto también conlleva a la mejora continua en base a la solución de problemas. Investigaciones empíricas dan como resultado que los empleados con cierto uso de redes de contacto pueden llegar en ciertos niveles administrativos a generar soluciones, Chang y Harrington Jr (2005).

La satisfacción laboral es de gran interés para las empresas porque “indica la habilidad de la organización para satisfacer las necesidades de los trabajadores” y porque “muchas evidencias demuestran que los trabajadores insatisfechos faltan al trabajo con más frecuencia y suelen renunciar más, mientras que los empleados satisfechos gozan de mejor salud y viven más años”, Alonso Martín (2006).

Evitación del trabajo

La evitación del trabajo, indica Littlewood (2009) que tiene efectos negativos tanto para la organización como para los trabajadores, ya que se trata de una ruptura psicológica de la relación laboral. El tipo de ruptura laboral más investigado es la rotación laboral o renuncia (Littlewood, 2006) y se ha prestado poca atención por parte de las organizaciones y los investigadores a la renuncia de tipo psicológica o evitación del trabajo.

Desde hace décadas la evitación ha sido implícitamente asociada con la rotación o la renuncia, e identificada como una reacción del individuo en contra del trabajo. Por ejemplo, March y Simon (1958) la propusieron como renuncia psicológica, aunque la evitación del trabajo es reconocida y tiene de alguna manera influencia en el desempeño del trabajador y en el proceso natural de la renuncia.

La evitación del trabajo es una reacción inmediata del individuo, tal como lo indican Hulin, Roznowski y Hachiya (1985). Los empleados que incurren en conductas de evitación no

renuncian, permanecen en su lugar de trabajo ya que éstas los ayudan a compensar la inequidad, insatisfacción o frustración laboral, Rosse y Hulin (1985).

De acuerdo con Hom y Kinicki (2001); Krauz, Koslowsky y Eiser (1998) y Sheridan (1985), los empleados descontentos que faltan y llegan tarde al trabajo, tienen una mayor probabilidad de separarse. En otras palabras, la evitación del trabajo debe considerarse como un aviso y antecedente de la renuncia. En consecuencia, como una forma temprana de separación. Por ejemplo, los supervisores pueden castigar a sus empleados por llegar tarde o faltar (evitan el trabajo), y éstos en consecuencia aumentan el nivel de insatisfacción y sentimientos hostiles experimentados. En nuestro caso la evitación del trabajo se puede relacionar con el uso de las redes sociales como parte de un distractor en las actividades a realizar.

Método

El alcance de esta investigación es de tipo correlacional, descriptiva no experimental, la muestra fue a conveniencia, formada por hombres y mujeres, trabajadores de las áreas administrativas y de apoyo que tuvieran acceso a equipo de cómputo y dispositivos inteligentes, en la zona fronteriza noroeste de México, en la frontera de Baja California y California principalmente en la ciudad de Mexicali B.C., se aplicaron 294 un total de cuestionarios. Por lo que los resultados que se muestran en seguida no pueden ser generalizados a toda la población, sí muestran información relevante para poder tener una idea del uso y aplicaciones de las redes sociales en el entorno laboral.

Se diseñó un instrumento de medición con 44 reactivos, de los cuales se desglosan en 6 variables con escala tipo Likert, donde 1 es completamente en desacuerdo y 5 completamente de acuerdo y son: Percepción del uso de internet en el trabajo (7 ítems), Apoyo Organizacional Percibido (4 ítems), Evitación del Trabajo (4 ítems), Evitación del Trabajo-autoreportada (4 ítems), Satisfacción y Motivación (5 ítems) y Redes Sociales (4 ítems). En cuanto a los datos demográficos fueron 6 ítems y los 9 ítems restantes fueron relacionados con el uso de las redes sociales en el lugar de trabajo.

Para aplicar los cuestionarios se les pidió a los participantes su colaboración anónima y se mencionó que era un proyecto de investigación con fines netamente académicos y que los datos iban a ser utilizados únicamente por el equipo de trabajo que realiza el proyecto, se tuvo una duración aproximada de 15 a 20 minutos para contestar, después de terminarla se agradeció su participación y colaboración. Para realizar el análisis de la información recolectada, se utilizó el software estadístico NCSS 2007.

De acuerdo con las actividades realizadas, se han plantado las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: Existe una relación positiva entre el apoyo organizacional percibido y la satisfacción en el trabajo

Hipótesis 2: Existe una relación positiva entre el uso de las redes sociales y la satisfacción en el trabajo

Hipótesis 3: Existe una relación negativa ente el uso de las redes sociales y la evitación del trabajo

Hipótesis 4: Existe una relación negativa entre la evitación del trabajo y la satisfacción en el trabajo

Análisis de los datos

En la siguiente tabla se muestra la información relacionada con las personas que contestaron el instrumento de medida, destacando que el 46% son del género masculino y el 54% del femenino, también hay un 66% de la muestra que corresponde a la Generación Y, el 31% a la Generación X y el 7% restante son Baby Boomers.

Tabla 1:

Datos de los participantes

Uso de Redes Sociales en el trabajo	Genero		Jefe menor		Edad			Estado Civil			Experiencia				Nivel Académico			
	Masculino	Femenino	Si	No	Generacion Y	Generación X	Baby Boomers	Soltero	Casado	Otro	Menos de 5 años	Entre 6 y 10 años	Entre 11 y 15 años	Más de 15 años	Preparatoria	Profesional	Posgrado	
Si	251	111	140	78	173	166	71	14	136	105	10	73	92	34	52	22	158	71
		44%	56%	31%	69%	66%	28%	6%	54%	42%	4%	29%	37%	14%	21%	9%	63%	28%
No	43	24	19	17	26	16	19	8	13	27	3	6	6	1	30	11	26	6
		56%	44%	40%	60%	37%	44%	19%	30%	63%	7%	14%	14%	2%	70%	26%	60%	14%
Total	294	135	159	95	199	182	90	22	149	132	13	79	98	35	82	33	184	77
		46%	54%	32%	68%	62%	31%	7%	51%	45%	4%	27%	33%	12%	28%	11%	63%	26%
		Chi cuad. 1.98		Chi cuad. 1.20		Chi cuadrada 16.3188			Chi cuadrada 8.4902			Chi cuadrada 44.3521				Chi cuadrada 12.1649		
		GL 1		GL 1		GL 2			GL 2			GL 3				GL 2		
		Prob. level .159		Prob. level .273		Prob. level 0.0003			Prob. level 0.0143			Prob. level 0.0000				Prob. level 0.0023		

Fuente: Elaboración propia

Análisis de Resultados

De las personas que sí usan las redes sociales en el trabajo, el Facebook es el más común, por otra parte es importante destacar que el 48% de los participantes mencionaron que utilizan las redes sociales menos de 2 horas en su lugar de trabajo y principalmente lo usan como una herramienta de comunicación con sus amistades y/o compañeros de trabajo.

Tabla 2:

Uso de las Redes Sociales en el trabajo

	Principales Redes Sociales			Tiempo que las utilizas en el trabajo				Para que las utilizas						
	Facebook	Whatsapp	Otras	Menos de 2 horas	Entre 2 y 4 horas	Más de 4 horas	No Aplica	Ocio	Comunicación	Investigación	Trabajo	Entretención	No Aplica	
Uso de Redes Sociales en el trabajo														
SI	251	239	10	2	120	75	43	13	31	115	16	58	27	4
		95%	4%	1%	48%	30%	17%	5%	12%	46%	6%	23%	11%	2%

Fuente: Elaboración propia

Actualmente la aplicación para redes sociales más utilizada y conocida es “Facebook”, definido como un sitio de Internet que teje una amplia red de personas, instituciones, organizaciones sociales y escuelas, entre otras que quieren relacionarse. En el que puedes publicar fotos, eventos, enlaces, videos, comentarios y sugerencias, se puede mantener comunicación con compañeros de trabajo, amigos y familiares, cada día las 24 horas.

En el siguiente cuadro, se puede observar que el 68% de las personas que participaron en la investigación usan entre 2 y 4 horas las redes sociales fuera de su lugar de trabajo, además de que el 71% sí las consideran útiles y el 51% mencionó que se están convirtiendo en un estilo de vida, dejando atrás al 35% que dijo que era una tendencia a usar las herramientas tecnológicas en el centro de trabajo y el 14% mencionó que es una moda.

Tabla 3:

Usos y utilidad de las redes sociales

Uso de Redes Sociales en el trabajo		Tiempo que las utilizas fuera del trabajo				Son útiles en la empresa			Como las consideras		
		Menos de 2 horas	Entre 2 y 4 horas	Más de 4 horas	No Aplica	Si	No	No Aplica	Moda	Tendencia	Estilo de Vida
SI	251	88	98	61	4	184	27	40	32	88	131
		35%	39%	24%	2%	73%	11%	16%	13%	35%	52%
No	43	11	3	2	27	24	9	10	10	14	19
		26%	7%	5%	63%	56%	21%	23%	23%	33%	44%
Total	294	99	101	63	31	208	36	50	42	102	150
		34%	34%	21%	11%	71%	12%	17%	14%	35%	51%
		Chi cuadrada 149.28				Chi cuadrada 5.8471			Chi cuadrada 3.3642		
		GL 5				GL 2			GL 2		
		Prob. level 0.0000				Prob. level 0.0537			Prob. level 0.1860		

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la interpretación de los resultados antes mencionados, el uso de las redes sociales dentro del lugar de trabajo, podría ser relativo, ya que dependerá del puesto, del tipo de industria en el que se desenvuelvan las personas, porque dependiendo de las características y el tamaño de las empresas son las políticas definidas por la dirección general y recursos humanos las que regulan el comportamiento del colaborador dentro de la compañía.

Hay organizaciones que cuentan con políticas de privacidad respecto al uso e intercambio de información confidencial, por lo que a través de las restricciones de ciertas páginas web, evitan el uso incorrecto o erróneo de las mismas. Sin embargo, los profesionistas cuentan con una red social, porque es una forma fácil y accesible de comunicarse y poder solucionar una duda o pedir algún apoyo a sus contactos o compañeros de trabajo, esto puede conllevar a utilizar los dispositivos dentro de la empresa y poder afrontar otra situación que puede ser considerada una práctica no ética.

En seguida se presentan diversos usos que se le pueden dar a las redes sociales en los centros de trabajo y proporcionan información que se puede interpretar en que sí son una pérdida de tiempo o afectan la concentración de las personas al estar realizando una actividad.

La pregunta que se realizó fue la siguiente: ¿Qué función consideras que realizan las personas usando las redes sociales en el trabajo?

Tabla 4:

Actividades a realizar con las redes sociales

	MD	DS
a.- Ver fotos y videos.	4.06	1.11
b.- Chatear con amigos y compañeros	4.27	0.90
c.- Conocer lo que hacen sus contactos.	3.82	1.19
d.- Buscar noticias.	3.93	1.10
e.- Encontrar ofertas laborales.	3.38	1.30
f.- Hacer compras	3.05	1.35
g.- Postear	3.67	1.22
h.- Hacer apuestas	2.16	1.41

Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que las personas usan las redes sociales en el trabajo para chatear con amigos y compañeros, (MD=4.27, DS=0.90); para ver fotos y videos (MD=4.06, DS=1.11) y para buscar noticias (MD=3.93, DS=1.10) esos son los aspectos que muestran mayor importancia en el uso de las redes sociales. Por lo que se percibe que tiene un alto impacto en la productividad de los trabajadores, pues el 60% de los participantes así lo mostró, entendiendo que las redes sociales pueden convertirse en aliadas para mejorar la productividad de los empleados y así mejorar el ambiente laboral de las empresas, o bien pueden ser un enemigo por ser un distractor que siempre está presente si no se pone alguna medida formal dentro de una organización.

Tomando en cuenta lo que (Escobar, 2014) menciona respecto a que "Las redes sociales sirven como elemento motivacional, consolidan y mantienen el conocimiento colectivo (los activos intelectuales de la empresa) y sirven para potenciar el liderazgo. Lo que se busca utilizando las redes sociales dentro de una intranet corporativa es aprovechar la experiencia de usuario social que tienen los empleados en su vida privada, y llevarla al terreno empresarial".

A continuación se muestran los promedios la perspectiva que se tienen de los diversos aspectos relacionados con el uso y abuso del internet en las empresas para poder hacer su análisis de manera individual y comprender la relevancia que tiene cada una de ellas en el entorno laboral mexicano, como parte de la aportación que se pretende lograr en la investigación. Se puede observar que las personas perciben que las empresas deben de establecer una serie de recomendaciones para que los trabajadores usen responsablemente los sistemas de comunicación y el internet al estar realizando su trabajo, (MD=4.22, DS=0.94).

Tabla 5:

Aspectos relacionados con el uso y abuso de las redes sociales

El abuso del internet crea problemas al personal en las empresas.	3.91	1.26
Es necesario que las empresas impongan normas que limiten el uso de internet para el desarrollo de actividades personales.	3.66	1.25
Consideras que el uso del internet es una forma de ausentismo laboral.	3.24	1.40
Creas que las personas caen en la tentación de usar el internet en su horario de trabajo para resolver asuntos personales.	4.03	1.05
La política de recursos humanos más adecuada para hacer frente a los conflictos actuales es imponer los llamados códigos de conducta para el uso de las páginas web permitidas en la empresa.	3.61	1.18
Las empresas deben establecer una serie de recomendaciones generales que fomenten el uso responsable y productivo de los sistemas de comunicación e internet.	4.22	0.94

Cree que es necesario establecer una regulación que limite el uso del internet en las empresas.	3.66	1.27
---	------	------

Fuente: Elaboración propia

Se aprecia también que usar el internet o las redes sociales en el centro de trabajo es un motivo de distracción muy fácil que las personas tienen, (MD=4.03, DS=1.05).

Continuando con el análisis de los resultados, se realizó la prueba de confiabilidad de los ítems utilizados en el instrumento de medida, mediante un análisis factorial exploratorio, obteniendo cargas factoriales superiores a 0.45, resultando estadísticamente aceptables, por lo que se procedió a promediar los resultados individuales de cada uno de los ítems para la creación de cada uno de los constructos de la investigación, obteniendo para el apoyo organizacional percibido un alfa cronbach (α) de 0.852; para la evitación del trabajo autoreportada, (α) de 0.828; para la evitación del trabajo (α) de 0.843; para uso de redes sociales (α) de 0.862 y la satisfacción se obtuvo un (α) de 0.821.

Buscando una posible relación entre los constructos, se procedió a realizar un análisis de correlación obteniéndose lo siguiente:

Tabla 6:

Matriz de Correlación de las variables de la investigación

	1	2	3	4	5
1.- AOP	1.000				
2.- ETrab	-0.291***	1.000			
3.- ETAuto	-0.128*	0.389***	1.000		
4.- Satisf	0.602***	-0.183**	-0.311***	1.000	
5.- UsoRS	0.433***	-0.267***		0.381***	1.000

*** La correlación es significativa al nivel 0,001 (bilateral).

** La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

* La correlación es significante al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Es importante mencionar que el mayor porcentaje de relación se presenta con el apoyo organizacional percibido y la satisfacción $r(289)=0.60$, $p<0.001$, con esto se cumple la hipótesis 1 de la investigación, seguido por el uso de las redes sociales y el apoyo organizacional percibido $r(289)=0.43$, $p<0.001$.

La hipótesis 2 se comprueba ya que el índice de correlación mostrado para el uso de las redes sociales y la satisfacción en el trabajo cumple satisfactoriamente $r(289)=0.38$, $p<0.001$, de igual manera para la hipótesis 3, pues los resultados muestran que efectivamente existe una relación negativa entre la evitación del trabajo y el uso de las redes sociales $r(289)=-0.27$, $p<0.001$. Finalmente la hipótesis 4 también se comprueba ya que existe una relación negativa entre la evitación del trabajo y la satisfacción $r(289)=-0.18$, $p<0.001$.

Lo que también se observa en los resultados de la matriz de correlación es la relación inversa de la evitación del trabajo autoreportada con la satisfacción $r(289)=-0.31$, $p<0.001$.

Discusión, conclusiones y capitalización

En base a los resultados arrojados se descubrió que la red social principal utilizada dentro del entorno laboral por los empleados es en primera instancia *Facebook*, en segundo lugar se encuentra *Whatsapp*, confirmando lo que mencionan DiMicco y Millen (2007).

Actualmente las redes sociales se han convertido en una necesidad, las personas viven junto a sus dispositivos inteligentes, juegan, ríen, se comunican, duermen y trabajan junto a ellos, mientras acceso a la red. Respecto a la existencia de las redes sociales internas de la empresa (intranet), se puede mencionar que sirve para facilitar el proceso de envío de información y sublimar hasta

cierto punto que las personas puedan “navegar” en algunos otros ámbitos de redes sociales externas.

Sparrow (2015) menciona que el uso de las redes sociales se debe considerar un aprendizaje para las diferentes generaciones en los centros de trabajo y es conveniente empezar a explotar este recurso, porque no se ha aprovechado de manera positiva en muchas compañías. A pesar de que no es una causa de despido, es necesario establecer lineamientos para la privacidad de información.

Por otra parte se cuenta con una variedad de personas que se clasifican en las diferentes generaciones y que han vivido de distinta manera ante el uso de la tecnología y las nuevas plataformas de comunicación como las redes sociales, por lo que es necesario, que se sensibilice en el funcionamiento y en las ventajas que se tienen con el uso de éstas herramientas, considerando el uso responsable en los lugares de trabajo y los objetivos que se pretenden cubrir dentro de la empresa.

Es necesario también tener en cuenta que se deben explicar claramente al personal las implicaciones negativas que tiene el uso de las redes sociales en el lugar de trabajo, pues puede ser desde una llamada de atención por parte de los superiores por la distracción o falta de atención en su trabajo hasta la terminación de la relación laboral.

Por otra parte es necesario mencionar que algunas de las implicaciones empresariales que tiene la presente investigación pues es conveniente sensibilizar a los colaboradores respecto al uso de las redes sociales, promoviendo actividades de aprendizaje tales como capacitaciones, discusiones online, uso de dispositivos electrónicos, etc. con la finalidad de que conozcan el uso de nuevas

herramientas digitales que propicien la mejora continua, conozcan más su industria y puedan aportar nuevas ideas.

Así como identificar áreas de oportunidad para las empresas acerca de los beneficios y ventajas que tiene el uso de las redes sociales para acercar a las personas de diferentes edades que se encuentran en el lugar de trabajo, reduciendo el choque cultural y poder modernizar la forma de trabajar.

Finalmente establecer políticas claras acerca del uso correcto de las redes sociales, en la que se promueva el uso adecuado de la información para que tomen en cuenta el sentido de responsabilidad hacia su desempeño en las actividades diarias.

Después del análisis de los datos surgen algunas interrogantes como ¿Cuáles son los efectos cuantificables en las empresas con el uso de las redes sociales?, ¿Existen indicadores claros y medibles para medir el impacto en la productividad?, ¿El área de Recursos Humanos está consciente que el uso de las redes sociales puede ser un aliado importante en los procesos empresariales siempre y cuando se definan las reglas claramente?, esto sería un buen punto de partida en alguna investigación que pueda ser realizada en el futuro o como seguimiento a los resultados aquí mostrados, pues el uso de las redes sociales es un tema que debe ser analizado desde muchos puntos de vista, pues la relación entre la productividad empresarial y las herramientas sociales es algo novedoso, pero que ya suscita gran interés.

Referencias bibliográficas

- Ababneh, H., y Shrafat, F. (2014). Human Capital Information Systems: An Introduction. *International Journal of Business and Management* 9(9): 193-204.
- Alonso Martín, P. (2006). Diferencias En La Percepción De La Satisfacción Laboral En Una Muestra De Personal De Administración <http://www.uv.es/seoane/boletin/previos/N88-3.pdf>, tomado el 18 de Marzo de 2015.
- AMIPCI (2014) Asociación Mexicana de Internet *Estudio de Hábitos del Internauta Mexicano*. Recuperado el 18 de Marzo de 2015 de https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf
- Asunda P. (2010). Productivity, Social Networks and Net Communities: In the Workplace. *Techniques*, 85(5), 38-41.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., et al. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3): 245-267.
- Chang, M., y Harrington Jr. J. (2005) Discovery and Diffusion of Knowledge in an Endogenous Social Network. *American Journal of Sociology*, 100(4), 937-976.
- Crindle M. (2014) *The ABC of X, Y, Z*. Recuperado el 18 de Marzo, 2015 de <http://theabcofxyz.com/free-content/#1>
- Dans E. (2015) The Social Company is Already with Us. *Forbes.com*, recuperado el 18 de Marzo, 2015 de <http://www.forbes.com/sites/enriquedans/2015/01/15/the-social-company-is-already-with-us/>
- Deloitte (2010) *Diferencias Generacionales México*. Recuperado el 18 de Marzo, 2015 de [http://www.deloitte.com.mx/documents/BoletinFactorChina/mx\(es-mx\)Diferencias_generacionales_MX.pdf](http://www.deloitte.com.mx/documents/BoletinFactorChina/mx(es-mx)Diferencias_generacionales_MX.pdf)
- DiMicco J., y Millen D. (2007) Identity Management: Multiple Presentations of Self in Facebook, recuperado el 18 de Marzo de 2015 de http://onemvweb.com/sources/sources/multiple_presentation_facebook.pdf
- Escobar Sanz-Dranguet, B. (2014). Redes Sociales empresariales como factor de productividad. *Capital Humano*, 27(290), 100-102. Recuperado el 18 de Marzo de 2015, <http://www.directivoscede.com/es/conocimiento/articulos/redes-sociales-empresariales-como-factor-productividad>.
- Fernández, L. A. (2008). "Investigar en tiempos de crisis... y redes". Análisis Madrid. Recuperado el 18 de Marzo de 2015 de

<http://www.madrimasd.org/informacionIdi/analisis/opinion/opinion.asp?id=37289>

- García-Galera, M., Del Hoyo-Hurtado, M. y Fernández-Muñoz, C. (2014). Engaged Youth in the Internet. The Role of Social Networks in Social Active Participation. *Comunicar*, 43(22), 35-43.
- Home, P.W., y Kinicki, A. J. (2001). Toward a greater understanding of how dissatisfaction drives employee turnover. *Academy of Management Journal*, 44, 975-987.
- Hulin, C., Roznowski, M., y Hachiya, D. (1985). Alternative opportunities and withdrawal decisions: Empirical and theoretical discrepancies and an integration. *Psychological Bulletin*, 97, 233-250.
- Ibarra García, J. (2014). Comunicación y redes sociales. *PYME adminístrate hoy*, 29(318), 63-68.
- IEEM (2011). ¿A qué generación pertenece usted?. *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*, 14(3), 62-66.
- Jacoby, M. (2015). Add socialmedia policy to employee handbook. *HR Specialist: Compensation & Benefits*, 10 (1), 5. Recuperado el 27 de enero, 2015 de la base de datos EBSCO.
- Krauz, M., Koslowsky, M., y Eiser, A. (1998). Distal and proximal influences on turnover intentions and satisfaction: Support for a withdrawal progression theory. *Journal of Vocational Behavior*, 52, 59-71.
- Laumer, S., Eckhardt, A., y Weitzel, T. (2010). ELECTRONIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN AN E-BUSINESS ENVIRONMENT. *Journal of Electronic Commerce Research* 11(4): 240-250.
- Levickaitė, R. (2010). Generations X, Y, Z: How social networks form the concept of the world without borders (The case of Lithuania). *Limes*, 3(2), 170-183.
- Littlewood, H.F. (2006). *De cuerpo presente; un estudio de evitación del trabajo*. X Congreso de ACACIA. SLP, SLP.
- Littlewood, H.F. (2009). *Evitación del trabajo en un hospital público: Un estudio longitudinal*. Investigación doctoral. ESCA, I.P.N.
- Rosse, J. G. y Hulin, C. L. (1985). Adaptation to work: An analysis of employee health, withdrawal, and change. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 36, 324-347.

Sheridan, J. (1985). A catastrophe model of employee withdrawal leading to low job performance, high absenteeism, and job turnover during the first year of employment. *Academy of Management Journal*, 28, 88-109.

Sparrow M. I. (29 de Enero de 2015). Directora de Capital Humano, Urbi Corporativo (J. Villavicencio, Entrevistador)

Valerio-Ureña G. y Valenzuela-González R. (2011). Redes Sociales y Estudiantes Universitarios del Nativo Digital al informívoro saludable. *El Profesional De La Información*. 20(6): 667-670.



ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LIDERAZGO EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE NIVEL MEDIO Y SUPERIOR EN EL MUNICIPIO DE CADEREYTA JIMÉNEZ, N.L.

Autores:

C.P. Luz Esmeralda Hernández Martínez
c.plueshm@yahoo.com.mx

M.R.H. Sandra Patricia Rodríguez Cantú
sandrarodriguez1309@hotmail.com

Lic. Samaria Dalila Saldaña Fermín
amy16_04@hotmail.com

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 18/Mayo/2015

RESUMEN

En las instituciones de educación de hoy en día se requiere de un buen liderazgo en su dirección debido a la exigencia cada vez mayor, de una sociedad que demanda altos estándares de calidad en sus niveles educativos. Esto implica que quienes estén al frente de las instituciones educativas tengan las características y cualidades necesarias para poder dirigir las de manera eficiente y eficaz. Por la cual, este estudio muestra un panorama de la situación que se percibe a nivel local de las instituciones educativas públicas y privadas del Nivel Medio Superior y Superior de la ciudad de Cadereyta Jiménez, Nuevo León; en los que se refiere a los logros de los objetivos en la gestión realizada por sus directivos en dichas instituciones. En éste se pudo percibir que para alcanzar dichos logros referentes al buen liderazgo aplicado por directivos, dependerá en una parte del compromiso de sus colaboradores para con la institución. Esta investigación se llevó a cabo mediante un diseño no experimental transeccional descriptivo.

Palabras Claves: Liderazgo, directivos, colaboradores, gestión, instituciones de educación media y superior.

ABSTRACT

In educational institutions today it requires good leadership in their direction due to the increasing demands of a society that demands high standards of quality in their educational levels. This implies that those who are in charge of educational institutions having the characteristics and qualities needed to address them efficiently and effectively. Why, this study shows an overview of the situation that is perceived at the local level of the educational institutions public and private of high school and university level of the city of Cadereyta Jimenez, Nuevo León; that refers to the achievement of objectives in the management conducted by its directors in such institutions. In this study you could feel that to reach such achievements relating to good leadership applied by managers, it will depend on a part of the commitment of its working partners for the institution. This research was conducted using a design not experimental transactional descriptive.

Key words: Leadership, managers, working partners, management, high school and university level.

INTRODUCCIÓN

En el marco de la gestión del conocimiento, la educación hoy en día va tomando una relevancia cada vez mayor, debido a las exigencias de la sociedad cambiante, que demanda un servicio de calidad; y a la continua renovación de los estándares educativos a nivel mundial.

Aunado a ello, en las instituciones educativas la forma de dirigir, motivar y visionar requiere de un buen liderazgo. Debido a lo anterior, es que estas instituciones demandan de quienes las dirigen, capacidades gerenciales y de liderazgo. Es por esto que se hace concordancia con lo que Chiavenato, (2001) expresa, al decir que: *“el liderazgo es necesario en todos los tipos de organización humana, en especial en las empresas y en cada uno de sus departamentos... Sin embargo, es más importante en la función de dirección, que toca más de cerca a las personas. Los líderes deben estar presentes no sólo en el nivel institucional, sino en todos los niveles de la empresa”*.

Es así que el problema que se toma como punto de partida es el que los recursos humanos en las instituciones educativas de Cadereyta Jiménez no están bien gestionados específicamente en cuestión de liderazgo.

Mediante el presente trabajo se pretende analizar la situación de la influencia del liderazgo que ejercen los directivos en las instituciones educativas del municipio de Cadereyta Jiménez, N.L.

ANTECEDENTES

Cadereyta Jiménez es uno de los 51 municipios que conforman el estado de Nuevo León. No forma parte de la zona metropolitana de Monterrey sino que se trata de un municipio de carácter urbano a distancia. Actualmente cuenta con diversas instituciones de educación media superior y superior tanto públicas como privadas con una oferta educativa variada.

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI, 2011) se cuenta con 10 escuelas en bachillerato, 2 escuelas en profesional técnico, 7 escuelas en formación para el

trabajo y una escuela a nivel superior. A las cuales acuden estudiantes de varios municipios aledaños para tener acceso a una formación educativa de calidad.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Al hacer referencia a una educación de calidad en México, se han venido realizando una serie de acciones para el logro de ello, como por ejemplo las capacitaciones a los docentes y directivos; y las evaluaciones del rendimiento de los estudiantes.

Los resultados obtenidos de estas acciones, solo muestran parte del problema educativo, sobre todo en el enfoque que se le da a los bajos niveles de rendimiento de los estudiantes y que éste depende solamente del trabajo que realiza el docente en el aula.

“La reforma de la educación media y superior se relaciona íntimamente con la reforma del Estado, a partir de los ochenta entran en debate cuestiones como el costo del Estado, su eficiencia y eficacia, la transparencia de la gestión, las formas de administrar, la frontera entre lo público y lo privado, aspectos que también rodean la reforma de la educación superior. De Vries, (1999)”. Por ello en la actualidad la educación a nivel mundial ha pasado por muchos cambios significativos. De igual manera la educación en nuestro país ha pasado por cambios, reestructuras y reformas educativas, como consecuencia de los cambios que se han estado presentando en los ámbitos económico, político y social, cambios que se han llevado a cabo en las instituciones de educación media y superior en el municipio de Cadereyta, Jiménez, N.L.

Pero aun y con estos cambios, en estas instituciones educativas las personas quienes están al frente de ellas pueden no estar calificadas ni preparadas profesionalmente para administrarlas de la mejor manera posible.

En ese sentido, se requiere ampliar la visión que tiene la influencia del directivo sobre la calidad del servicio educativo; ya que es el responsable de liderar el futuro de las instituciones educativas hacia el logro de una visión de mediano y largo plazo.

Suponemos que el problema de los recursos humanos en las instituciones de educación media superior y educación superior en Cadereyta Jiménez, no están siendo bien administradas del todo, específicamente en lo concerniente al liderazgo, que los directivos ejercen en ellas.

Es por ello que, los directores de las instituciones educativas de nivel medio y superior en su carácter de líderes, deben ejecutar dos tipos de funciones: unas académicas y otras administrativas entre las cuales se encuentran, asignar las labores del grupo, recalcar la importancia del desempeño y el cumplimiento de los plazos de la planificación escolar, orientar el proceso de aprendizaje, diseñar políticas institucionales y promover las relaciones interpersonales entre ellos y sus colaboradores.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿El liderazgo del directivo de las instituciones de educación media y superior en el municipio de Cadereyta Jiménez, N.L., tiene relación con su preparación y capacitación para el logro de metas y una gestión exitosa?
2. ¿De qué forma el conocimiento y la capacidad tienen concordancia con una gestión satisfactoria por parte de los directivos de estas instituciones y su destreza para solucionar los conflictos que se presenten en ellas?

3. ¿De qué manera el directivo considera a sus colaboradores (opinión, talento, trabajo) para la toma de decisiones y lograr el compromiso de parte de ellos para mejorar las actividades que se realicen dentro de su institución?

OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo general de esta investigación es el de analizar la situación en la que se encuentran las instituciones de educación media y superior en lo relacionado al liderazgo ejercido por sus directivos, en el municipio de Cadereyta Jiménez, N.L.

JUSTIFICACIÓN

Para que una empresa pueda subsistir en un mundo tan cambiante como el actual es necesario estar al tanto de todas las reformas y transformaciones que surgen. Tan es así, que de igual manera las instituciones educativas deben estar al tanto de todas las transformaciones e innovaciones que se den en el proceso educativo, para el logro de todo ello es que debe de contar con gente preparada y capacitada para ocupar los puestos directivos y cumplir su labor.

Así es que la presente investigación es de importancia para los directivos-gerentes ya que con ello se propondrá un modelo de mejora para que se pueda implementar en las instituciones de educación media y superior en el municipio de Cadereyta Jiménez, que refleje de una mejor manera cómo es que debe de actuar el líder-directivo con sus colaboradores.

DELIMITACIONES Y LIMITACIONES

La presente investigación está delimitada dentro del municipio de Cadereyta Jiménez, en sus diez instituciones educativas a nivel medio y superior; realizándose en base al liderazgo que los directivos ejercen en éstas y su afectación en los recursos humanos que trabajan en ellas.

Las limitantes con las que esta investigación se encuentra es que la mayoría de las instituciones de educación media y superior de este municipio no cuentan con un departamento de recursos humanos, así como el que en aquellas instituciones que son privadas el directivo, el coordinador y el propietario de las mismas son la misma persona. Aunado a ello el tiempo para llevar a cabo una investigación exhaustiva supone otra limitante ya que el tiempo fijado fue de Enero a Marzo del 2015.

MARCO TEÓRICO

La educación es la primera prioridad de Nuevo León y sobre todo en el municipio de Cadereyta Jiménez. Sabemos que para ser una sociedad más rica y justa, nuestras escuelas deben ser mejores y nuestros jóvenes deben dedicar más años a prepararse. Pero el lograr esto, requiere que quienes estén al frente de las instituciones educativas tengan las características y cualidades necesarias para poder dirigir las de manera eficiente y eficaz, un líder-directivo. Sobre todo en las instituciones de educación media superior y superior, ya que es a estos niveles que los jóvenes serán formados como las personas que guiarán a nuestro país, nuestro estado y nuestro municipio, hacia un mejor futuro.

Liderazgo

Dado a los cambios que se han estado originando con respecto a la cuestión educativa, es de suma importancia tener en cuenta cómo es que estos se ven reflejados en la forma en que los directivos de las instituciones de educación media y superior gestionan las actividades pero sobre todo la manera de liderar las mismas, ya que se espera de ellos la gran responsabilidad de fortalecer los procesos y garantizar los

resultados de la gestión que llevan a cabo en los diversos ámbitos de sus respectivas instituciones, en especial dentro del municipio de Cadereyta Jiménez.

Pero ¿cómo es posible que esos procesos lleven al logro de los objetivos y la obtención de resultados? Obviamente mediante un liderazgo efectivo; y he aquí que tratándose del tema que concierne a esta investigación es donde se verá más a fondo la cuestión del liderazgo. Tomando como punto de partida lo que Chiavenato, (2001) toma por liderazgo: *“la capacidad de influir en las personas para que ejecuten lo que deben hacer (...) incluye dos dimensiones: la primera es la capacidad supuesta de motivar a las personas para que hagan aquello que debe realizarse. La segunda es la tendencia de los subordinados a seguir aquello que perciben como instrumento para conseguir sus objetivos y satisfacer las necesidades personales.”*

De lo expuesto anteriormente se entiende que dentro de cualquier organización no importando el tamaño que tenga, siempre habrá la presencia de un líder, capaz de guiar y conducir a sus subordinados o colaboradores hacia el logro de los objetivos y metas planeadas por la institución para la satisfacción de los intereses de la misma. Por esto es que la importancia en la figura del líder radica en que sea motivador, influyente y sobre todo que convenza a quienes colaboran con él, a ser posible con el ejemplo, de que los caminos y decisiones que se han tomado son los correctos y con esto se llegue al éxito con la obtención de resultados garantizados. Así es como el líder también debe de saber de estrategias para que sus colaboradores puedan llevar a cabo eficazmente sus tareas.

Un líder tiene que ser proactivo, debe tener el ánimo de aprender, escuchar y sobre todo de actuar. Debe tener la capacidad para comunicar y persuadir a las personas; ser honesto, tener voluntad y fuerza interior.

De manera general se puede decir que los líderes son aquellos que influyen en otros para conseguir el logro de objetivos y mientras más exitosa sea la forma de hacerlo se hará mucho más evidente el

liderazgo. La forma en que ello se logra, es que los líderes más sobresalientes combinan de la mejor manera las habilidades que son necesarias para ello, Robbins y Coutler (2010):

- ✓ *Habilidades técnicas.*
- ✓ *Habilidades humanas.*
- ✓ *Habilidades conceptuales.*

Con la combinación de estas habilidades los líderes pueden ser emprendedores, llevar a cabo la construcción de la cultura organizacional, diseñar estrategias para aprovechar al máximo todos los detalles por más pequeños que parezcan para lograr la consecución de los más grandes planes dentro de una organización, en este caso en las instituciones educativas de nivel medio y superior en Cadereyta Jiménez.

Las personas y las organizaciones hoy en día han puesto especial interés en el liderazgo, sobre todo para el logro de objetivos. Actualmente las organizaciones e instituciones invierten tiempo y recursos valiosos para identificar y desarrollar a los futuros líderes; *“la razón de esta inversión, es que, las investigaciones que se han llevado a cabo previamente se han enfocado en reconocer los rasgos intelectuales, emocionales, físicos y otros más de los líderes eficaces”*, Gibson, et al, (2013).

Estilos de liderazgo

En las organizaciones se pueden utilizar diferentes estilos de liderazgo, pero no todos tienen éxito, esto se debe a que anteriormente el liderazgo era relacionado con la palabra autoridad, pero con el transcurrir de los años, estudios hechos en base a este tema y la evolución que han tenido las organizaciones, se puede decir que liderazgo no es imponer ni gobernar, es la forma en cómo se puede llegar a influir en otros para que participen con entusiasmo, dedicación y la mejor disposición para el logro de las metas de la organización; por ello, a continuación se muestran los tres estilos de liderazgo más comunes.

1. Liderazgo autocrático

2. Liderazgo participativo o democrático

3. Liderazgo 'Laissez-faire'

Después de muchos estudios relacionados con el tema, se ha demostrado que no sólo estos tipos de liderazgo son aplicables en las organizaciones, en la época actual, se considera que los líderes son personas que inspiran a sus colaboradores ya sea con sus palabras, sus ideas, innovaciones, pero sobre todo con el ejemplo. Es así que el liderazgo ha trascendido de ser aplicable a empresas hasta extenderse a todos los ámbitos de la sociedad, siendo uno de los más importantes la educación y sobre todo en la educación media y superior.

Liderazgo transaccional: Este estilo de liderazgo nace con la idea de que los miembros de equipo acuerdan obedecer completamente a su líder cuando aceptan el trabajo. La transacción es el pago a cambio del esfuerzo y la aceptación hacia las tareas que les da su líder.

Liderazgo carismático: Un estilo carismático de liderazgo es similar al liderazgo transformacional, porque estos líderes inspiran muchísimo entusiasmo en sus equipos y son muy energéticos al conducir a los demás.

Liderazgo transformacional: *Los líderes transformacionales inspiran a sus seguidores para que trasciendan a sus intereses personales y que son capaces de tener un efecto profundo y extraordinario sobre los seguidores*, Robbins, (2013). Son considerados los verdaderos líderes ya que inspiran a sus equipos en forma permanente, y le transmiten su entusiasmo al equipo.

Es extraordinario ver que el liderazgo transformacional ha recibido buena aceptación en diversos niveles de puestos de trabajo entre los que se encuentran los directores de escuela, ya que este estilo de liderazgo es considerado el más completo.

Liderazgo directivo en instituciones educativas de nivel medio y superior

Se puede decir que una organización efectiva es aquella que es el resultado de una muy buena gestión directiva, y su figura representativa es el directivo que está al frente de ésta. Dentro del campo de la educación, el director es quien organiza y coordina a sus colaboradores para que se logren las metas establecidas desde un principio.

Así que en relación a ello debe de saber que roles son los que va a desempeñar en la función de su gestión sea director o líder. Por ello es de vital importancia que el director sea un líder eficiente, para que se hable de una institución exitosa. Así es como en su rol de líder el directivo debe de utilizar toda su capacidad intuitiva para desempeñarse eficientemente y llegar al reforzamiento de la satisfacción, rendimiento y eficacia de sus colaboradores; acentuando su papel de agente de cambio e innovador, como lo requiere la sociedad jimenence.

Es en este sentido que Lorenzo, (2004) menciona que: *“el liderazgo es una competencia básica del director”*.

Si se toman en conjunto todas las características que se han mencionado acerca del liderazgo de los directivos de instituciones educativas de nivel medio y superior, se puede observar que se está hablando del modelo completo de liderazgo, esto es el liderazgo transformacional.

METODOLOGÍA

Esta investigación se llevó a cabo mediante un diseño no experimental transeccional descriptivo. Haciendo referencia a Hernández (2010): *“La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables; se basa en categorías, conceptos, sucesos o contextos que ya ocurrieron o se dieron sin la intervención directa del investigador. (...) los diseños transeccionales*

realizan observaciones en un momento único del tiempo; cuando recolectan datos sobre cada una de las categorías antes mencionadas y reportan lo que arrojan esos datos son descriptivos”.

Primeramente transeccional ya que las encuestas aplicadas se sucedieron en un tiempo específico para la obtención de los datos utilizados. Esta investigación es primeramente transeccional ya que las encuestas aplicadas se sucedieron en un tiempo específico para la obtención de los datos utilizados; descriptiva ya que busca identificar las características que debe tener un líder-directivo para llevar su gestión como es debido. Tomándose como fuente de información de primera mano una encuesta aplicada a los directivos de las instituciones de educación media superior y superior del municipio de Cadereyta Jiménez, N.L.

HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

En esta investigación se plantearon tres hipótesis las cuales se muestran a continuación:

Hipótesis 1. El liderazgo de los directivos de las instituciones de educación media y superior está relacionado con la preparación que tienen para desempeñarse en su puesto.

Hipótesis 2. La creación de una cultura innovadora, logro de resultados, alcanzar el éxito y que los colaboradores estén plenamente identificados son metas a lograr por parte de un directivo preparado y capacitado, así como la destreza para solucionar conflictos que se presenten en la institución.

Hipótesis 3. Los directivos que consideran a sus colaboradores para la toma de decisiones, logran que éstos se comprometan para un mejor desempeño en sus actividades dentro de la institución.

MUESTREO Y RECOPIACIÓN DE DATOS

Para la recopilación de los datos se tomó una encuesta conformada por los directivos de las 10 instituciones de educación media superior y superior del municipio de Cadereyta Jiménez, N.L. Esta es una muestra no probabilística ya que la misma representa la población total de estas instituciones.

El cuestionario elaborado cuenta con un total de 17 preguntas (Anexo), Las últimas diez preguntas del cuestionario se estructuraron en una escala de tipo Likert, las cuales verifican el grado o la frecuencia con las cuales se presentan las situaciones que se describen.

PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

Para el procesamiento de los datos obtenidos de las encuestas, se hizo un análisis estadístico descriptivo de acuerdo a las respuestas obtenidas de los directivos.

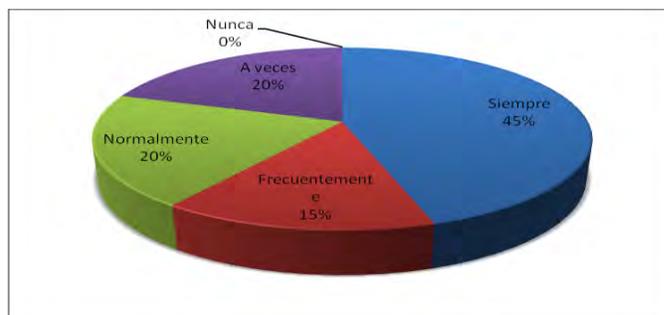
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Después de recolectar la información necesaria para esta investigación mediante la utilización de un cuestionario con 17 preguntas compuesto de preguntas cerradas dicotómicas, preguntas cerradas con varias opciones, preguntas abiertas y preguntas con escalamiento tipo Likert. Se aplicó el cuestionario a los directivos de las instituciones de educación media y superior, para así cumplir con el desarrollo de los objetivos establecidos al inicio de esta investigación, analizando e interpretando cada uno de los ítems propuestos.

A continuación se muestran los resultados.

✓ Relación del liderazgo ejercido por el directivo con su preparación para una gestión exitosa en las instituciones de educación media y superior en el municipio de Cadereyta Jiménez, N.L.

Gráfico 1. Liderazgo y preparación de los directivos



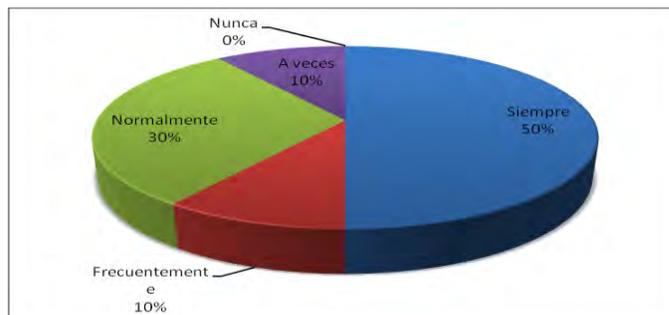
Fuente: Propia

Análisis: En lo relacionado a este ítem, se puede apreciar que la mayoría de los directivos consideran que para ejercer un buen liderazgo deben estar capacitándose y actualizándose constantemente para así lograr un mejor desempeño en su gestión. Mientras que una minoría no lo considera tan necesario.

Los resultados obtenidos aceptan lo descrito en la hipótesis uno.

✓ Metas a lograr por parte de un directivo preparado y capacitado en las instituciones de educación media y superior en el municipio de Cadereyta Jiménez, N.L.

Gráfico 2. Directivos y el logro de metas



Fuente: Propia

Análisis: En lo concerniente a este gráfico, se observa que el 90% de los directivos entrevistados logra cumplir con las metas establecidas, para que sus colaboradores se sientan plenamente identificados con la

misma, y tengan la absoluta confianza en que junto con su líder-directivo se lograrán los objetivos propuestos. El porcentaje restante a veces logra este cometido.

Estos resultados comprueban lo propuesto en la hipótesis dos.

✓ Concordancia entre conocimiento y capacidad para una gestión satisfactoria por parte de los directivos y su destreza para dar solución a los conflictos que se presenten en las instituciones de educación media y superior en el municipio de Cadereyta Jiménez, N.L.

Tabla 1. Conocimiento y capacidad de los directivos

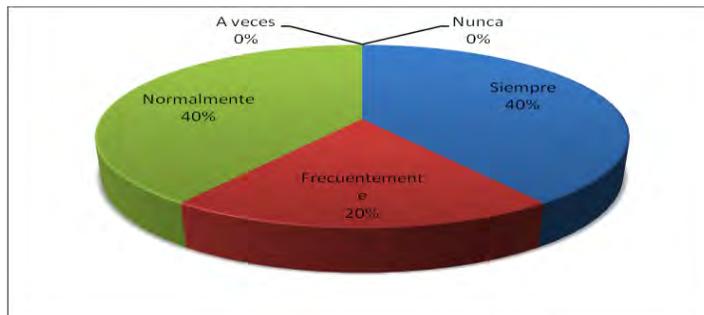
SUJETO: DIRECTIVOS	¿Usted considera que tiene el conocimiento, la capacidad y las cualidades indispensables para desempeñarse satisfactoriamente en el cargo? ¿Por qué?
Preparatoria No. 12	Sí, ya que cuenta con la experiencia de haber trabajado en la institución en varios puestos, además de acudir a cursos y diplomados. Además de comprobar que se cumplieron los objetivos establecidos al inicio del semestre.
CONALEP	Sí, por la experiencia y que al revisar los resultados al final de cada ciclo escolar se vio el logro de lo establecido en un principio.
C B T a 74	Sí, la experiencia de trabajar varios años en la institución así como ver que la mayor parte de lo que se estableció al inicio se cumplió.
UT, Universidad Tecnológica Cadereyta	Sí, debido a la experiencia y a la confianza que se depositó al nombrarlo para ese puesto, la satisfacción se refleja al ver que cada vez el alumnado aumenta.
Instituto Vinton	Sí, por la antigüedad en el puesto y experiencia y es satisfactorio escuchar los buenos comentarios en las reuniones mensuales.
Instituto de Enfermería F. Nightingale	Sí, por la experiencia y capacitaciones. Al ver el logro de objetivos se siente gran satisfacción por que se está haciendo un buen trabajo.
ITE, Instituto Tecnológico de Emprendedores	Sí, al ser una institución pequeña es más sencillo su manejo, además de la experiencia viendo con orgullo que los docentes cumplen sus programas de trabajo.
CREA , Centro Regional de Estudios Administrativos	Sí, por ser maestro de profesión constantemente acude a cursos y diplomados; un punto importante es la experiencia y ésta es el pilar para que se logren satisfactoriamente los objetivos de cada ciclo escolar y el cumplimiento de todo lo

	estipulado a su inicio.
INTERLINE, Instituto de Estudios Superiores	Sí, al tener evaluación externa y observar los resultados de la misma, todo con base en la experiencia, es por esto que la dirección trabaja en coordinación con el equipo de trabajo para lograr un excelente desempeño en ambas partes.
FACPyA, Facultad de Contaduría Pública y Administración Unidad Cadereyta	Sí, experiencia de cuatro años, el apoyo del equipo de trabajo, saber delegar funciones, mantener una comunicación abierta y el resolver problemas que se presenten. De igual modo es satisfactorio ver que el alumnado ha ido creciendo, así como la plantilla docente, un mayor crecimiento dentro del plantel, de igual forma por los comentarios y el reconocimiento de la sociedad jimenezense.

Fuente: Propia

Análisis: Como se puede observar el 100% de los entrevistados se considera apto para el desempeño de su gestión ya que cuentan con el conocimiento, la capacidad y las cualidades necesarias debido a la experiencia laboral dentro de las instituciones, obteniendo con ello resultados satisfactorios.

Gráfico 3. Destreza en la solución de conflictos



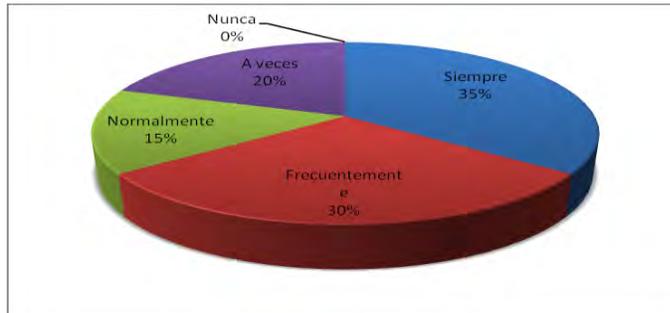
Fuente: Propia

Análisis: Como se muestra en la representación gráfica, el 80% de los encuestados concuerdan en que Siempre o Normalmente dan una solución adecuada a los conflictos que se presentan en las instituciones a su cargo, en cambio el 20% considera que normalmente lo logra.

Estos resultados aceptan lo estipulado en la hipótesis dos.

✓ Consideración por parte del directivo hacia sus colaboradores (opinión, talento, trabajo) para la toma de decisiones y el logro del compromiso de parte de ellos para mejorar las actividades que se realicen dentro de las instituciones de educación media y superior en Cadereyta Jiménez, N.L.

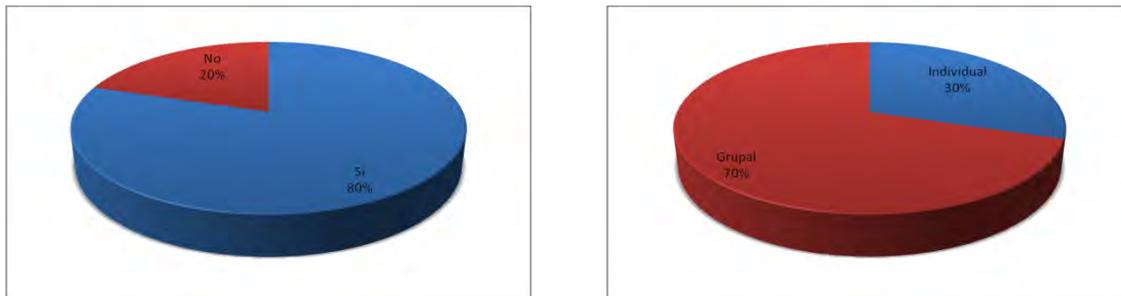
Gráfico 6. Trabajo y compromiso de los colaboradores



Fuente: Propia

Análisis: En lo que respecta al logro del compromiso de los colaboradores y la promoción del trabajo en equipo para la mejora de las actividades dentro de las instituciones, el 65% de los líderes-directivos toma en cuenta estos aspectos. El porcentaje restante no es común que considere a sus colaboradores.

Gráfico 7y 8. Consideración de la opinión de los colaboradores y la manera de toma de decisión

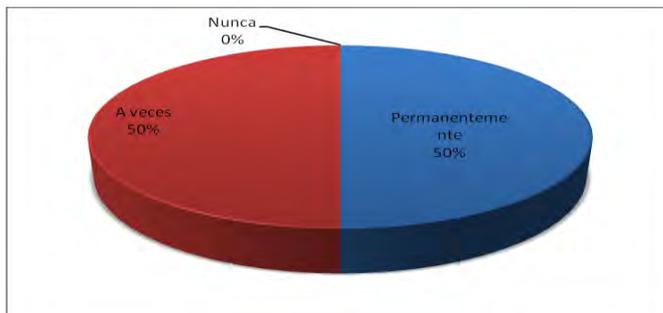


Fuente: Propia

Análisis: Así mismo el 80% de los líderes-directivos encuestados Sí considera la opinión de sus colaboradores para la toma de decisiones, en cambio el 20% No lo considera necesario. En este mismo

ítem el 70% de los líderes-directivos toma las decisiones de manera Grupal democráticamente y el 30% restante lo hace de forma individual.

Gráfico 9. El directivo y el talento de sus colaboradores



Fuente: Propia

Tabla 2. El directivo y el talento de sus colaboradores

SUJETO: DIRECTIVOS	¿Cómo le da a su gente la posibilidad de poner a prueba su talento?
Preparatoria No. 12	Libertad de cátedra para aplicar las mejores técnicas de enseñanza-aprendizaje (Competencias docentes)
CONALEP	Libertad de cátedra
C B T a 74	Ser creativos al momento de impartir las clases para que los alumnos se lleven un mejor aprendizaje
UT, Universidad Tecnológica Cadereyta	Buscar mejores formas de impartir sus clases para no caer en rutinas
Instituto Vinton	Organizando actividades diversas aplicables a los programas
Instituto de Enfermería F. Nightingale	Realizando actividades relacionadas con las materias asignadas
ITE, Instituto Tecnológico de Emprendedores	Libertad de cátedra para impartir sus materias como mejor crea conveniente, siempre dentro del reglamento de la escuela
CREA , Centro Regional de	Libertad de cátedra para una mejor aplicación de técnicas de enseñanza-

Estudios Administrativos	aprendizaje en el aula
INTERLINE, Instituto de Estudios Superiores	Adecuando los programas académicos con actividades relacionadas a las materias para un mejor aprovechamiento educativo en los alumnos
FACPyA, Facultad de Contaduría Pública y Administración Unidad Cadereyta	Teniendo libre albedrío en cuestión docente para que la clase se lleve de la mejor manera siempre cumpliendo los programas académicos

Fuente: Propia

Análisis: Dentro del mismo ítem, el 50% de los líderes-directivos Permanentemente animan a sus colaboradores a que pongan a prueba su talento y el otro 50% A veces les permiten hacerlo. Siendo la libertad de cátedra la mejor manera de hacerlo, seguido de realizar y aplicar actividades relacionadas a la consecución de los objetivos establecidos al inicio de cada ciclo académico.

Los resultados obtenidos comprueban lo postulado en la hipótesis 3.

CONCLUSIONES

Al haber examinado y analizado los diversos conceptos y teorías que son parte medular de este proyecto de investigación, se puede concluir que el liderazgo es un tema de suma importancia en todas las organizaciones, se ha podido observar que los recursos humanos son la parte fundamental de éstas, pero que sin la guía adecuada no es posible el logro de las metas y objetivos establecidos desde la planeación y los resultados no ser los esperados, porque quienes colaboran dentro de los equipos de trabajo no sienten el respaldo y la confianza de alguien que les indique el camino correcto.

Es por esto que en este proyecto se analizó la situación de liderazgo en las instituciones educativas de nivel medio y superior en el municipio de Cadereyta Jiménez, N.L., como medio para la comprensión y el entendimiento de la importancia de un buen liderazgo por parte de los directivos de estas instituciones, ya

que son ellos quienes guían, respaldan, inspiran confianza, evalúan, supervisan e integran a sus colaboradores para conformar el equipo de trabajo en el cual ellos se apoyarán para la consecución de logro de las metas y objetivos dentro de las instituciones; además de tener la capacidad de desempeñarse en su puesto y el detectar problemas que se lleguen a presentar, dando una solución adecuada para los mismos.

En primera instancia se pudo observar que un directivo que se actualiza y capacita, mejora notablemente su gestión dando pie a alcanzar las metas que se establecen al inicio de cada ciclo académico y con ello lograr que sus colaboradores sientan confianza en él para obtener resultados satisfactorios.

También cabe señalar que los directivos que tienen los conocimientos, capacidades y destrezas necesarias para desempeñarse en el puesto y dar soluciones a los problemas que se presentan, también se van adquiriendo en base a su experiencia laboral en las mismas instituciones.

Otro punto importante y que hace de los directivos buenos líderes, es el logro del compromiso de sus colaboradores para con su institución, ya que si se les toma en cuenta su opinión, talento y trabajo para la toma de decisiones llegando con esto a que las actividades que se realicen dentro de las instituciones sean siempre con la mira de lograr los resultados y llegar al éxito como un equipo de trabajo muy bien conformado e integrado.

BIBLIOGRAFÍA

- Chiavenato, I. (2001). *Administración, teoría, proceso y práctica* (Tercera ed.). México: McGraw - Hill Interamericana.

- De Vries, W. (1999). El contexto internacional de las políticas de educación superior en México durante los años noventa: Reformas en evaluación y financiamiento. En A. Acosta Silva, *Historias paralelas, un cuarto de siglo de las universidades públicas en México, 1973-1998* (págs. 45-77). UACJ, México.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J. H., & Konopaske, R. (2013). *Organizaciones: Comportamiento, estructura y procesos* (Decimotercera ed.). México: McGraw - Hill Interamericana.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Bautista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: McGraw - Hill Interamericana.
- Lorenzo Delgado, M. (2004). *La función del liderazgo de la dirección escolar: Una competencia transversal*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Administración* (Décima ed.). México: Prentice Hall.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Comportamiento organizacional* (Decimoquinta ed.). México: Pearson.

WEBGRAFÍA

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Recuperado el 6 de Enero de 2015, de <http://www.inegi.org.mx/>

ANEXO

4. ¿Cómo?

5. ¿Cómo lleva a cabo la toma de decisiones?

a) Individual

b) Grupal

6. ¿Se siente satisfecho con la gestión que realiza como directivo? ¿De qué forma?

7. ¿Usted considera que tiene el conocimiento, la capacidad y las cualidades indispensables para desempeñarse en el cargo? ¿Por qué?

II. En las siguientes preguntas indicar la frecuencia con que el directivo de la institución desempeña su función de líder, marcando del 1 al 5 la importancia que se le dé a cada aspecto, siendo 5) Siempre; 4) Frecuentemente; 3) Normalmente; 2) A veces; 1) Nunca.

Usted como Directivo:	Siempre	Frecuentemente	Normalmente	A veces	Nunca
8. Promueve el trabajo en equipo	5	4	3	2	1
9. Logra el compromiso de sus colaboradores para el mejoramiento de las actividades en la organización	5	4	3	2	1
10. Soluciona adecuadamente los conflictos que se presentan en la institución	5	4	3	2	1
11. Inspira confianza para el logro de los objetivos de la institución	5	4	3	2	1

12. Crea una cultura innovadora dentro de la institución, orientada al éxito y los resultados, logrando que sus colaboradores se identifiquen con ella	5	4	3	2	1
13. Es visionario en el desempeño de sus funciones	5	4	3	2	1
14. Promueve la colaboración de sus colaboradores dentro de su trabajo	5	4	3	2	1
15. Se actualiza y capacita para mejorar su gestión en la institución	5	4	3	2	1
16. Con que frecuencia le recuerda a sus colaboradores la importancia de su trabajo	5	4	3	2	1
17. Qué tan frecuentemente supervisa a sus colaboradores	5	4	3	2	1



LAS PERSONAS: UNA OPORTUNIDAD DE GENERAR VENTAJA COMPETITIVA EN LAS MIPYMES DE LA COMUNA 18 DE SANTIAGO DE CALI - COLOMBIA

Rafael Hernán Márquez Martínez
Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium Unicatólica.
Carrera 122 #12 – 459
raxienator@gmail.com
Colombia.

Janeth Chunga Hernández
Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium Unicatólica.
Carrera 122 #12 – 459
jchung@unicatolica.edu.co
Colombia.

Mónica Andrea Gonzáles Herrera.
Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium Unicatólica.
Carrera 122 #12 – 459
andreagherrera95@gmail.com
Colombia

Fecha de envío: 27/Abril/2015

Fecha de aceptación: 22/Mayo/2015

Resumen

Las personas en la actualidad se han transformado paulatinamente en el elemento diferenciador, tornándose en su ventaja competitiva, puesto que son difíciles de imitar y no existen dos personas que puedan hacer exactamente lo mismo así posean la misma información. Por ello, las organizaciones no solo deben de estar formalizadas, legalmente constituidas, sino que también deben de estar estructuradas a nivel interno de manera que los procesos de planeación, organización, control, integración y dirección se evidencien en ella e impacten el desempeño de los trabajadores en busca de la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa.

En las empresas encuestadas para la investigación “identificación de necesidades de fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas de la comuna 18 de la ciudad de Santiago de Cali”, se puede observar una falta de organización en lo relacionado con las personas y su gestión al interior de la empresa, afectando

la calidad y la atención prestada a los clientes en las organizaciones, viéndose reflejado en una falta de desarrollo empresarial.

Palabras claves: Formación, Gestión de personal, Procesos administrativos, Recurso humano.

ABSTRAC

People today have gradually transformed into the differentiator, turning into a competitive advantage, since they are difficult to imitate and no two people who can do exactly the same and have the same information. Therefore, organizations must not only be formalized legally constituted, it also must be structured internally so that the processes of planning, organization, control, integration and are evidenced in her direction and impact the performance of workers seeking sustainability and growth of the company

In the surveyed companies for research "identification of needs for strengthening micro and small businesses in the district 18 of the city of Santiago de Cali," we observed a lack of organization in relation to people and his leadership inside company, affecting the quality and attention to customers in organizations, seeing reflected in a lack of business development.

Keywords: Training, personnel management, administrative, human resources.

Introducción

En Colombia las empresas pueden clasificarse dependiendo de dos aspectos principales, su capital inicial y el número de trabajadores, encontrado que la mayoría en el país sean micros y pequeñas empresas, las cuales deben estar registradas ante Cámara de Comercio y ante la DIAN, para poder funcionar de manera legal; adicionalmente deben estar debidamente organizadas a nivel interno, permitiendo de esta manera que los procesos de planeación, organización, control, integración y dirección se realicen; el objetivo es buscar la mayor eficiencia en su actuación, para lo cual se debe contar con personal calificado y formado según las necesidades propias de las empresas, para lograr una ventaja competitiva centrada en las personas, sus habilidades, destrezas y conocimientos y no en la tecnología, los insumos o los procesos.

Para lograr una ventaja competitiva en los aspectos mencionados es necesario desarrollar el Recurso Humano a través del Aprendizaje continuo de tal manera que permita a la empresa la construcción de un repositorio de conocimiento, al cual puedan acceder todos los empleados de la misma, buscando mejorar los procesos de toma de decisiones y la solución de problemas, lo cual a largo plazo generará una mejora en la Responsabilidad Social de la organización.

Para poder determinar las condiciones mínimas de seguridad social y responsabilidad empresarial respecto a la calidad de vinculación laboral se procedió a plantear el siguiente problema:

¿Cuáles son las características y necesidades de formación de las micros y pequeñas empresas del área comercial de los barrios² de la comuna 18 de la ciudad de Santiago de Cali?

Uno de los aspectos que se hace relevante como objetivo general para poder responder la pregunta central, es el identificar las áreas funcionales tanto de las micros como de las pequeñas empresas y cuáles son las debilidades, que sirvan de base para ofertar programas de fortalecimiento aterrizados a las

necesidades de las mismas. Además adquiere importancia el verificar los objetivos específicos tales como el realizar la caracterización económica y de formación de las micros y pequeñas empresas de la comuna 18; y el identificar en las micros y pequeñas empresas de la comuna 18 sus fortalezas y debilidades en los diferentes procesos para poder intervenir en ellos.

Sin embargo, la realidad de las empresas encuestadas de los barrios la Comuna (Delegación) 18 de la ciudad de Cali dista mucho del deber ser, pues en estas se evidencia tanto la falta de organización como la falta de gestión hacia el recurso humano, puesto que se hace notorio la falta de documentos operativos y que estandaricen los procesos al interior de ellas, de tal manera que permitan potenciar a las personas y su desempeño, como también a la organización.

Tomando en cuenta las condiciones sociales, políticas, económicas, culturales, entre otros, que fungen como denominador común para todos los países latinoamericanos, la investigación que se ha realizado adquiere gran relevancia puesto que las micros y pequeñas empresas equivalen a más del 99% del total de las empresas y que estas proveen más del 67% del empleo en Colombia (Dane, Censo Económico 2005), de tal manera que los resultados obtenidos en cierta forma pueden ser tomadas como punto de partida ante una situación común para todos los países en vías de desarrollo.

3. Marco teórico

Una organización se define como:

“una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio” (Thompson, 2012)

Dichos establecimientos pueden ser clasificados según varios factores contenidos en la ley 590 de 2000 capítulo I artículo 2 el cual fue posteriormente modificado por la ley 905 de 2004 capítulo I artículo 2 el cual dice:

“Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros: 1. Mediana empresa: a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes. 2. Pequeña empresa: a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabaja-dores, o b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes o, 3. Microempresa: a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o, b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes” (Alcaldía de Bogota, 2004)

En Colombia, y específicamente en la comuna 18 de la ciudad de Santiago de Cali, predominan principalmente micro y pequeñas empresas. Para que dichas empresas puedan funcionar amparadas por la ley es necesario que realicen un proceso de formalización, pero se debe entender que es ser informal; el término informal se entiende como:

“Llevar a cabo un negocio o actividad económica sin estar sujetos a las normas del Estado, como tener el registro mercantil, afiliar a los trabajadores a la seguridad social, pagar impuestos, entre otros; y por lo tanto no obtener los beneficios que brinda el Estado y las diversas instituciones económicas tanto públicas como privadas” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.)

La formalización se encuentra reglamentada por la ley de Formalización y Generación de empleo ley 1429 de 2000, cuyo propósito es “generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas con el fin de aumentar beneficios y disminuir los costos de formalizarse” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.); todo este esfuerzo está encaminado finalmente a crear nuevas empresas o a fortalecer las existentes buscando mejorar las condiciones internas de las mismas apuntando a incrementar sus niveles de competitividad.

Ahora, cuando se habla de competitividad, es importante centrarse en los postulados de Porter, el cual plantea que la competitividad de las empresas depende en gran medida de las condiciones generales tanto locales, como nacionales, que creen un ambiente agresivo en el cual las organizaciones se vean en la necesidad de competir por una posición o ventaja y a generar estrategias que les permitan incrementar la innovación y el desarrollo. De igual manera una organización logra la construcción de una ventaja competitiva en la medida en la cual el sector al que pertenezca sea un sector competitivo, en palabras de Porter “La rivalidad extendida, que se genera como consecuencia de las cinco fuerzas, define la estructura de un sector y da forma a la naturaleza de la interacción competitiva dentro de un sector” (Porter, Las Cinco Fuerzas Competitivas que le dan Forma a la Estrategia, 2008, pág. 1). Para poder comprender este concepto es fundamental analizar las cinco fuerzas, las cuales en conjunto forman lo que el autor denomina el diamante de la competitividad el cual favorece los procesos de competencia entre las organizaciones, gracias a las interrelaciones que construyen, dichas fuerzas son: a. Amenaza de nuevos entrantes, b. El poder de negociación de los proveedores, c. la amenaza de productos sustitutos, d. la rivalidad entre los competidores existentes y e. El poder de negociación de los compradores.

Pero no se debe olvidar que en la actualidad no solo se busca ser competitivo y rentable, se espera que las organizaciones opten por una postura socialmente responsable.

En esta se plantea que:

”Un grupo de interés es cualquier individuo o grupo identificable que puede afectar el logro de los objetivos de una organización, o bien que puede verse afectado por el logro de tales objetivos, es decir, cualquiera que por cualquier razón tenga interés en lo que la compañía hace” (Velasquez, 2012)

Lo anterior implica que la organización debe prestar atención no solo al logro de sus metas u objetivos organizacionales, sino que debe de considerar también la manera en la cual su accionar afecta a sus trabajadores o a la comunidad circundante.

Lo cual hace que en la actualidad las grandes empresas se estén interesando en la generación de espacios sociales en los cuales la comunidad se ve beneficiada por la intervención de la empresa en aspectos relacionados con el mejoramiento de condiciones que se perciben por las personas como deficientes, aportándole a la misma no solo productos o servicios, sino la posibilidad de mejorar condiciones de vida, de igual manera al interior de la organización se empieza a ver al trabajador de manera diferente, ya no solo como un insumo o un bien que puedo explotar, sino que se está bogando por la generación de espacios y ambientes que favorezcan las condiciones necesarias para la existencia de trabajo decente.

Debido a esta nueva postura asumida no solo por las organizaciones sino también por las directivas es que las:

“empresas han estado aceptando cada vez más la responsabilidad hacia la comunidad donde desarrollan sus negocios. Sus contribuciones comienzan con la creación de empleos y el pago de impuestos locales, pero muchos emprendedores sienten el deber de devolver más a las comunidades en compensación por el apoyo local del que gozan” (Velasquez, 2012).

Para poder lograr el apoyo a las organizaciones, estas deben poseer la capacidad de aprender, de generar conocimiento disponible para todos en la empresa, garantizando de esta manera la construcción, compilación y almacenamiento de un gran cumulo de información, la cual se verá reflejada en la manera en la cual se lee el entorno y se toman decisiones, puesto que:

“En una economía donde lo único seguro es la incertidumbre, la única fuente de ventaja competitiva duradera y segura es el conocimiento. Las empresas “creadoras de conocimiento” tienen como propósito la innovación continua y son las que consistentemente crean conocimiento nuevo, lo diseminan ampliamente en toda la organización y lo incorporan rápidamente en nuevos productos y tecnologías” (Nonaka, 2007).

De esta manera:

“Las organizaciones que cobrarán relevancia en el futuro serán las que descubran cómo aprovechar el entusiasmo y la capacidad de aprendizaje de la gente en todos los niveles de la organización. Las organizaciones inteligentes son posibles porque aprender forma parte de la naturaleza humana.” (Senge, 1996)

Partiendo de esta afirmación se encuentra que una de las principales responsabilidades de las organizaciones y sobre todo de Gestión Humana es garantizar espacios de aprendizaje en las organizaciones para poder asegurar no solo la competitividad de la empresa sino también de las personas, tornando la ventaja competitiva ya no solo en los productos o servicios que ofrece, sino también en la capacidad que tienen sus trabajadores de hacer cosas diferentes, novedosas y creativas, difíciles de ser imitadas o copiadas por la competencia.

A pesar de que finalmente son los individuos los que poseen un gran potencial de aprendizaje, lo importante del aprendizaje organizacional es logra que se dé “una transición entre lo individual y colectivo, es decir, que el conocimiento individual se convierte en organizacional cuando las inferencias obtenidas se codifican en rutinas que guían la conducta (Levitt y March, 1988) y estas rutinas son transmitidas entre los miembros a través de procesos de socialización, educación, profesionalización, imitación e intercambios” (Alcover & Gil, 2002), garantizando de esta manera la continuidad del conocimiento y de la información más allá de la permanencia de los individuos, permitiendo que aquellos nuevos trabajadores o empleados de la organización dispongan también del conocimiento generado colectivamente.

4. Método

El tipo de estudio utilizado es descriptivo, ya que existió el interés de explicar la problemática observada en el sector, de manera cuantitativa, ya que se pudieron realizar análisis estadísticos y porcentuales y de tipo trasversal, debido a que se evaluó es un determinado momento en el tiempo.

Para la recolección de datos se construyó un instrumento tipo encuesta, determinando para el análisis de la misma, seis (6) variables, estas fueron: Formalidad, Económica, Aspectos legales, Procesos administrativos, características sociales y características académicas.

Para el trabajo de campo se contó con la ayuda de estudiantes adscritos al semillero, quienes fueron capacitados en la manera de aplicar el instrumento, los cuales en compañía de los docentes se desplazaban a zonas determinadas tanto por su accesibilidad como por su seguridad.

Para la tabulación de los resultados obtenidos se utilizó el programa estadístico SPSS.

5. Resultados

Una vez realizada la investigación y generados los resultados, se encuentran datos interesantes que merecen ser mencionados, no solo con respecto a las personas en las organizaciones, sino también a la manera en la cual las unidades productivas se relacionan y gestionan a las personas que trabajan para ellas.

En relación a la manera en la que los trabajadores son gestionados, es decir a como funcionan el área de gestión humana, lo primero que se puede afirmar es que en la mayoría de empresas encuestadas por no decir que en todas no existe un área o persona encargada exclusivamente de atender al recursos humano o con funciones claras relacionada con esta tarea, lo que genera desorden y confusión en la manera en la cual se trata a las personas y al mismo tiempo en la manera en la cual los trabajadores realizan sus tareas.

Esta falta de organización o informalidad en los procesos se refleja en diferentes aspectos que evidencian las organizaciones los cuales son:

En cuanto a la estructura organizacional, la cual es la que brinda una idea grafica de la manera en la cual está organizada la empresa y se reflejada en la existencia de documentos que la soporten como por ejemplo el organigrama, se encuentra que en la mayoría de estas empresas no existe de tal manera que el 81.9% no cuenta con esta herramienta que soporta el conducto regular, la departamentalización, los niveles jerárquicos y la claridad en los cargos, mientras que el 18.1% si hacen uso de esta herramienta.

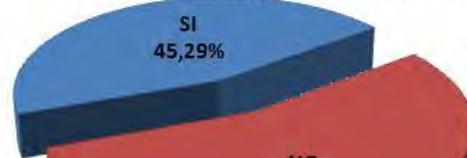
Empresas de la Comuna 18 de Cali con organigrama



Otro aspecto relacionado con la estructura es la existencia o no del Reglamento interno de trabajo, el cual en Colombia es el que contiene de manera clara y

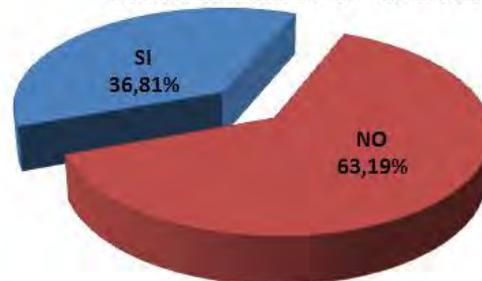
explícita los deberes, derechos y sanciones que cobijan al trabajador dentro de la organización, siendo el Reglamento interno de trabajo el que normatiza las relaciones empleador – empleado; en el presente estudio la mayoría de las empresas encuestadas afirmaron no poseer un reglamento interno de trabajo, 54.8%, mientras que el 45.3% si lo tienen.

Empresas de la Comuna 18 de Cali que tienen reglamento de trabajo



En relación a la existencia de manuales de funciones, los cuales contienen de manera clara las tareas, atribuciones y funciones a cumplir en el

Empresas de la Comuna 18 de Cali tienen manuales de funciones



cargo se encuentra que la mayoría de las empresas no los poseen 63.2%, mientras que el 37.8% de estas si lo tienen.

De igual manera se encontró que las organizaciones encuestadas, al preguntárseles si poseían un proceso claro y estandarizado que les permitiera contratar personal nuevo, de manera adecuada y cumpliendo con los requisitos del cargo, es decir con el perfil, manifestaron en su mayoría que no lo poseían 51.9% y que la selección se realizó de manera informal, mientras que el 48.1% realizan algún tipo de proceso formal.



Frente a los procesos de formación y capacitación y en particular, frente al proceso de inducción a nuevos trabajadores, se encontró que a diferencia de las preguntas anteriores, la mayoría de empresas 58.9% afirman que poseen un procesos mediante el cual se garantiza el realizar inducción a los nuevos trabajadores, mientras que el 41.1% lo hacen de manera informal.



Frente a las actividades realizadas en las organizaciones con relación a el control de los empleados, se encontró que en la mayoría 62.6% de las empresas encuestadas se afirma que realizan un proceso de evaluación del desempeño de los trabajadores, mientras que el 48.4% no lo evalúan.

De igual manera se encontró que las empresas encuestadas en su mayoría 67.1% afirman que como producto de las evaluaciones de desempeño realizadas a los trabajadores, se construyen planes de mejora, los cuales buscan que el trabajador mejore la manera en la cual realizan sus actividades cotidianamente, mientras que el 33.9% no lo hacen.



También se encontró en las organizaciones, que en un alto porcentaje 52.9% comentaron no poseer programas de formación y capacitación que permita a los trabajadores el desarrollo de nuevas habilidades y destrezas para el trabajo, mientras que el 47.1% de las empresas si lo realizan.



Otro aspecto que se debe de mencionar es que las empresas en encuestadas, al realizar cambios en las rutinas o en los procesos y procedimientos, afirman en su gran mayoría 62.1% brindarles a los trabajadores capacitación o reinducción en los cambios realizados, manteniendo de esta manera enterado a los trabajadores, mientras que el 37.9% no lo hacen.



Finalmente y relacionado con la idoneidad del persona presente en las organizaciones tanto en la dirección como en lo operativo, se indagó sobre los niveles de formación académica del personal, encontrándose que no se observan diferencias significativas en la formación académica de los administradores y de los trabajadores.

Nivel escolar administrador				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bachillerato Completo	54	31,0	32,0	32,0
Bachillerato incompleto	8	4,6	4,7	36,7
Bachillerato Incompleto	4	2,3	2,4	39,1
Especialización completo	1	,6	,6	39,6
Primaria Completa	20	11,5	11,8	51,5
Válidos Primaria Incompleta	8	4,6	4,7	56,2
Tecnico Completo	29	16,7	17,2	73,4
Tecnologico Completo	5	2,9	3,0	76,3
Universitario completo	37	21,3	21,9	98,2
Universitario Incompleto	3	1,7	1,8	100,0
Total	169	97,1	100,0	
Perdidos 0	5	2,9		
Total	174	100,0		

Donde en los administradores se encontró que el nivel académico que mayor representación tiene es el bachillerato completo 32%, seguido por personas que presentan formación universitaria, principalmente en pregrado 21.9%, encontrándose en algunos de estos profesionales, el haber estudiado carreras que no tiene mucha relación con lo que están haciendo en la actualidad.

De igual manera al indagar sobre la formación académica que presentan los empleados de las diferentes empresas encuestadas, de encuentro que al igual que los administradores, en los empleados prima como nivel académico el Bachillerato completo 61.7%, seguido por personal que posee estudios de pregrado 17.4%, primaria completa 16.2% y finalmente empíricos 5.4%, evidenciando en las organizaciones personal poco calificado en su gran mayoría.

Finalmente al preguntarse a los administradores si consideraban que el nivel de formación académica de sus empleados es adecuado para las funciones que debe cumplir en la organización, se encontró que la mayoría de ellos 80% consideran que el nivel de formación de sus empleados es el adecuado para las

necesidades de la organización y por ende para el cumplimiento de las tareas asignadas a ellos en los cargos que deben de realizar.

6. Conclusiones

Una vez presentados los resultados son varios los aspectos que se deben tener en cuenta con relación a ellos, inicialmente, se puede observar que las empresas encuestadas, en cuanto a la manera en la cual organizan, gestionan y aprovechan las capacidades y destrezas de sus trabajadores; presentan grandes falencias desde lo administrativo, puesto que en la mayoría de las organizaciones se encuentra que todo lo que se relaciona con el área del talento humano no se encuentra o en su defecto son realizados desde lo empírico, recurriendo a las creencias o experiencias del administrador.

Es así como se observa que aspectos que son importantes y fundamentales para procesos como la selección o la evaluación del desempeño no existen en las empresas, lo cual puede ocasionar una mala contratación o una evaluación no justa realizada desde la subjetividad del gerente; dichos documentos (Manuales de Funciones y Perfiles de cargo) son los que le brindan al trabajador la claridad necesaria para realizar bien su trabajo por una parte y para saber cómo se le va a evaluar, convirtiéndose en un documento estandarizado y de fácil consulta por el trabajador.

Otro aspecto relevante que se debe mencionar, es el relacionado con el Organigrama, el cual es la representación gráfica de tres aspectos muy importantes en la empresa, como son: La departamentalización, Los niveles jerárquicos y La distribución del poder en la organización, lo cual brinda claridad frente a, conducto regular, Autoridad y relaciones de subordinación, permitiendo de esta manera el normal funcionamiento de la empresa y el cumplimiento de las funciones o tareas atribuidas a los cargos según su ubicación en el organigrama, pero al no existir este se puede generar en el trabajador confusión al momento de determinar a quién obedecer o reportarse o cual es el alcance de su puesto, generándose reprocesos o confusiones frente a la autoridad.

De igual manera se observa la falta en las empresas de Reglamento interno de trabajo, el cual es el que establece el marco de referencia frente a lo que es correcto o no en la organización, aterrizando a ella todo lo planteado en el Código Sustantivo del Trabajo, es por esto que el Reglamento interno de trabajo contiene cuales son los derechos y deberes del trabajador, así como también las sanciones a las cuales se hace acreedor por el incumplimiento de dichos deberes, pero al no existir, se genera un gran vacío en la empresa, debido a la inexistencia de un documento que reglamente la interacción que se genera entre empleador y empleado.

Otro aspecto en el cual se presentan fallas es en el proceso de selección, el cual existe, pero no está debidamente estructurado, ni responde a documentos donde se establezca de manera clara cuál es el perfil requerido para el cargo, dejando el proceso de selección y contratación a libertad de quien lo realice, generando reprocesos, debido a que se tiende a contratar a una persona según el gusto, interés o necesidad del administrador y no según los requisitos del cargo, lo que puede dar, la contratación de alguien que realice el cargo de manera adecuada, como de alguien que no sea capaz con el cargo, desaprovechando personal valioso que puede aportarle a la empresa capacidades o habilidades que le permitan desarrollar procesos de creatividad e innovación.

En relación con lo anterior se encuentra que las empresas encuestadas, tampoco disponen ni realizan procesos de formación y capacitación hacia sus empleados, con lo cual están fallando en el desarrollo de habilidades y destrezas que favorezcan el crecimiento y desarrollo de la organización, lo cual se ve reflejado en el hecho de que dichas empresas nacieron microempresas y tiempo después continúan siendo microempresas, puesto que no se ha presentado variaciones en el número de empleados con los que disponen en la actualidad.

Algunos aspectos que podrían considerarse como positivos, son que las empresas manifiestan la implementación y realización de diferentes procesos que buscan evidenciar la manera en la cual los trabajadores realizan sus actividades y como resultado de estos procesos, afirman implementar con los mismos, acciones de mejoras.

Estos procesos son: La inducción a los nuevos trabajadores, La reintroducción de trabajadores antiguos frente a cambios en la organización y La Evaluación del desempeño, los dos primeros encaminados a suministrar información relacionada con la organización y la manera de hacer las cosas en la misma, buscando de esta manera la estandarización de los procesos para la prestación de servicios o para la producción de bienes, con lo cual se pueden disminuir los fallos en la calidad y por ende aumentar la satisfacción de los clientes, pero estos dos aspectos que se pueden considerar como fortalezas, presentan una falla evidente, y es ¿Cuál es la información que se utiliza y se brinda en estos procesos, si en las empresas no existen manuales de funciones o manuales de procesos?, es más ¿Cómo evidenciar cambio en los procesos y procedimientos si no existen documentos estandarizados que los contengan?, esta falta de estandarización impacta de manera directa en la forma de actuar y trabajar de los empleados, disminuyendo de esta manera la capacidad de crecimiento de los empleados y por ende de la organización.

Adicionalmente se encontró que las unidades productivas afirman que realizan evaluación del desempeño a sus trabajadores, pero la pregunta es ¿con base en qué?, si estas mismas empresas dijeron que no poseen manuales de funciones, es decir que dicha medición ¿se realiza desde la subjetividad del empleador?, si es así, ¿Qué tan justa y real es?, sobre todo que no dependería de indicadores establecidos, si no de lo que el administrador considera que es lo correcto, siguiendo esta línea de ideas, se encuentra en las organizaciones afirman que como resultado de estas evaluaciones, se construyen planes de mejora que buscan implementar cambios en el desempeño que impacten en la productividad de la organización.

Todo los aspectos tanto positivos como negativos evidenciados en estas organizaciones, ponen de manifiesto falencias que hacen que se desaproveche el mejor recurso y la mayor ventaja competitiva que tienen estas empresas, como es su personal humano, el cual posee una gran variedad de habilidades, destrezas y capacidades, que le permitirían a las unidades productivas ser competitivas, innovadoras y por crecer a futuro, impactando de esta manera no solo los intereses de los dueños de las mismas, sino también a la comunidad circundante, mejorando no solo su rentabilidad, también su responsabilidad social.

REFERENCIAS

- consuladodecolombiany.com. (Junio de 2004). Obtenido de <http://www.consuladodecolombiany.com>
admin. (s.f.). Pedagogia. La Red de Profesionales de la educacion. Recuperado el 25 de 02 de 2013, de
<http://pedagogia.mx/author/admin/>
- Alcaldia de Bogota. (02 de 08 de 2004). www.alcaldiabogota.gov.co. Recuperado el 26 de 09 de 2014,
de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14501>
- Alcover, C. M., & Gil, F. (2002). Crear Conocimiento Colectivamente: Aprendizaje Organizacional y
Grupal. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 259 - 301.
- de Escalona, B. R. (2007). La Creatividad e Innovacion en las Organizaciones. *Sapiens: Revista
Universitaria de Investigacion* 8.1, 111 - 130.
- Departamento de Planeacion Municipal Alcaldía de Santiago de Cali . (2008). Plan de Desarrollo comuna
18 2008 -2011. Santiago de Cali: Alcaldia de Santiago de Cali.
- Departamento de Planeacion Municipal Alcaldía de Santiago de Cali. (2012). Proyecto de acuerdo por
medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo 2012 - 2015 del municio de Santiago de Cali.
Santiago de Cali: Alcaldia de Santiago de Cali.
- Krugman, P. (1995). Instituto de ciencia politica. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de Instituto de ciencia
politica, [archivos:
http://www.icpcolombia.org/archivos/ciencia_politica/No%2036/competitividad_peligrosa_obsesio
n_.pdf](http://www.icpcolombia.org/archivos/ciencia_politica/No%2036/competitividad_peligrosa_obsesio_n_.pdf)
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Departamento Nacional de Planeacion - Direccion de
Desarrollo Empresarial. (13 de Agosto de 2007). Conpes 3484. Política Nacional para la
transformación productiva y la Promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: Un
Esfuerzo Público-Privado. Bogotá, Colombia.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia. (s.f.). Colombia se Formaliza.
Recuperado el 26 de 09 de 2014, de <http://colombiaseformaliza.com/abc-de-formalizacion/>
- Ministerio de Hacienda Nacional. (s.f.). Direccion de Impuestos y Aduanas Nacionales. Recuperado el 11
de 11 de 2014, de Preguntas frecuentes:
http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html
- Minsal Perez, D., & Perez Rodriguez, Y. (2007). Hacia una nueva cultura rganizacional: la cultura del
conocimiento. *Acimed: Revista cubana de los profesionales de la infomración y la comunicación
en salud*, 8.
- Mintzberg, H., & Brian Quinn, J. (1997). *El Procesos Estrategico. Conceptos, Contextos y casos*. Pearson.

- Müller , G. (08 de 1995). Cepal: Repositorio Digital. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de Revista Cepal:
http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11993/056137148_es.pdf?sequence=1
- Nonaka, I. (2007). La Empresa Creadora de Conocimiento. *Harvard Business Review*, 1-9.
- Porter, M. E. (2007). La Ventaja Competitiva de las Naciones. *Harvard Business Review*, 3 - 23.
- Porter, M. E. (2008). Las Cinco Fuerzas Competitivas que le dan Forma a la Estrategia. *Harvar Business Review*, 59 - 77.
- Romo Murillo , D., & Abdel Musik, G. (2005). Sobre le Concepto de Competitividad. *Comercio Exterior*, 55(3), 200.
- Sampieri, R. H., Fernandez - Collado, C., & lucio , P. B. (2006). *Metodologia de la investigacion* . Mexico D.F: MacGraw-Hill.
- Senge, P. (1996). *La Quinta Dicipina*. Barcelona: Granica.
- Suñol, S. (06 de 2006). Biblioteca Emilio Rodriguez Demorizi. Repositorio Institucional. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de Repositorio Institucional:
<http://repositorio.biblioteca.intec.edu.do/bitstream/handle/123456789/1224/CISO20063102-179-198.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
- Thompson, I. (2012). www.promonegocios.net. Recuperado el 26 de 09 de 2014, de PromonegocioS.net:
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- Tobar, L. A., Lopez, L. I., Monica, R., & Sarria Galindo, K. (11 de 2011). ¡Vison Social Hacia el Futuro! NRC: 8986. Recuperado el 25 de 02 de 2013, de <http://visionsocialhaciaelfuturo.blogspot.com/2011/11/comuna-18-barrio-melendez.html>
- Velasquez, M. G. (2012). *Etica en los Negocios. Conceptos y casos* Septima edicion. Mexico: Always Learning Pearson.



OUTPLACEMENT: ANÁLISIS DE EFECTIVIDAD COMO ESTRATEGIA DE REINSERCIÓN LABORAL

Autores:

*Jorge Guadalupe Treviño Montemayor
U.A.N.L. – FACPYA (School of Business)
Privada Octavio Paz No. 533
Col. Rincón de San Jemo
Monterrey, N.L. 64637
jgtrevinom@yahoo.com.mx
Mexicano*

*Genaro Alberto Carrizales Velázquez
U.A.N.L. – FACPYA (School of Business)
París No.17
Col. Jardines de Linda Vista
Guadalupe, N.L. 67123
genarokuda@gmail.com
Mexicano*

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 21/Mayo/2015

Resumen

El presente trabajo ofrece los antecedentes acerca del outplacement, su aplicación inicial y la forma contemporánea en que se maneja, incluyendo las variantes en que se ofrece este servicio a los empleados en transición. Brindamos además las razones para su uso por empleadores y trabajadores, los resultados que se esperan al contratarlo, si es de carácter obligatorio o es opcional de acuerdo a la reglamentación en diversos países. También establecemos la demanda por el servicio de outplacement, la eficiencia del mismo y los beneficios que proporciona a quienes lo utilizan. Finalmente, se entrega una serie de estadísticas recopiladas de diversas organizaciones dedicadas a este servicio, así como de la Oficina de Estadísticas del Trabajo de los Estados Unidos de América.

Abstract

This work presents the background of outplacement, its beginnings and the how it is handled today, including all possible variations in which the service is offered to transition employees. We also establish different reasons for employers and former employees to seek for this service, results expected from hiring it, and if outplacement is mandatory or optional according to regulations in different countries. As well, the demand for outplacement services, its efficiency level and the benefits stemming from it are noted. Finally, a series of statistical data collected from multiple outplacement services organizations, as well as from the United States Bureau of Labor Statistics, are included.

Palabras Clave

Colocación, empleadores, empleados en transición, outplacement, reinserción laboral.

Introducción

El outplacement es un servicio de colocación o reinserción laboral contratado por los empleadores para sus trabajadores leales a la empresa. Este servicio ofrece apoyo para la efectiva administración de los recursos del empleado en búsqueda de una nueva oportunidad de trabajo, apoyo psicológico para empleado y cónyuge, así como técnicas laborales según su área de oportunidad.

La razón principal del nacimiento de esta práctica se atribuye a la necesidad de apoyar a los empleados – que no pueden continuar en la empresa dado que no existe suficiente presupuesto para sus sueldos, ha desaparecido el puesto que ocupaban, o cualquier otra razón – a lograr la continuidad de sus funciones laborales como agradecimiento por el servicio y lealtad ofrecidos a su anterior empleador.

Los beneficios de utilizar los servicios de una empresa especialista de outplacement son, por mucho, superiores, ya que se acorta considerablemente el tiempo de espera entre empleos y el nivel de estrés experimentado por el empleado en transición es sustancialmente menor.

El objetivo de este trabajo consiste en, basados en la colección de información, determinar si, hoy por hoy, el outplacement como estrategia de reinserción laboral es realmente efectivo.

Análisis Teórico

Outplacement

Encontramos en Business Dictionary (2015) que el significado de la palabra outplacement es “El proceso de una compañía que ofrece ayuda a empleados que recientemente han terminado su relación laboral en la búsqueda de otras oportunidades de empleo”.

Este servicio o prestación, según el manejo del mismo por la empresa, normalmente es ofrecido a los ex empleados por la compañía en la que trabajaban a través de una empresa que ofrece el outplacement. El servicio es por un tiempo limitado, usualmente suficiente para que se logre recolocar a quien ha quedado sin empleo. No es obligatorio para las compañías proporcionar directamente este servicio. El servicio de outplacement es pagado directamente por la compañía que ha ajustado su personal.

Origen

De acuerdo a Pickman (1994), se ofrece el crédito por este servicio innovador a Bernard Haldane a finales de los años 40s, apoyando a los militares que buscaban reintegrarse a la fuerza laboral civil de los Estados Unidos de América. También comenta que a principios de los años 60s la compañía estadounidense Humble Oil buscaba apoyo para colocar a sus ejecutivos que habían quedado sin trabajo, y que incluso Thomas Hubbart, a través de su compañía THINC, de acuerdo a algunos autores, fue quien inició el servicio de outplacement. Por su parte, Valls

(2014) afirma que Thomas Hubbard fue el iniciador del outplacement en 1969. Sathe (2015) comenta como inicio del outplacement los años 1960, en que se buscaba reubicar en puestos de trabajo civiles a los veteranos de guerra. Como información adicional, Pedrero (2006) nos indica que el outplacement fue aplicado por primera vez en Europa en la década de los años 1990 con la finalidad de suavizar la experiencia que implica el despido de empleados.

Razones para su uso

Cualquiera que sea el origen del outplacement, todos los autores coinciden en que la razón principal del nacimiento de esta práctica se atribuye a la necesidad de apoyar a los empleados – que no pueden continuar en la empresa dado que no existe suficiente presupuesto para sus sueldos, ha desaparecido el puesto que ocupaban, o cualquier otra razón – a lograr la continuidad de sus funciones laborales como agradecimiento por el servicio y lealtad ofrecidos a su anterior empleador.

Además, hoy en día las empresas no pueden permitirse el lujo de mantener relaciones antagónicas con su entorno social (Valls, 2014). Tanto una buena imagen de las empresas ante la sociedad como el mantener una relación amistosa con sus antiguos empleados es altamente deseable, evitando en gran forma una impresión de ser una empresa que no valora el esfuerzo de sus empleados por alcanzar los objetivos organizacionales. De esta forma la empresa ofrece una imagen de estima y fidelidad por sus empleados, lo cual repercute en la perspectiva de quienes consideren trabajar para ella, considerándola como una oportunidad de estabilidad laboral.

Resultados que ofrece

El lapso de tiempo promedio para lograr reinsertarse en el mercado laboral, aún gozando del apoyo del outplacement, varía de país a país, ya que el factor social, económico y político en cada país en particular, son factores importantes que determinarán el alcance de este apoyo. De acuerdo a Sathe, en los Estados Unidos de América, el tiempo promedio para encontrar un nuevo trabajo es de ocho meses. De acuerdo a Vázquez, Kennedy & Partners (2015), en Colombia este período de espera en promedio es de 50 semanas, casi un año. En ambos casos se considera este período de búsqueda de empleo sin el apoyo de una organización que ofrece servicios de outplacement. Por tu parte, Geroldi (2015) nos proporciona la siguiente información para Chile: En 2014, el 78% de los 230 altos ejecutivos egresados de la compañía de recolocación People & Partners, tardó seis meses en encontrar un nuevo empleo. Inferior a lo registrado en 2012, cuando un 83% ya estaba reubicado en el mismo periodo, y la mayoría de los reinsertados en 2014 demoraron 4.6 meses promedio en hacerlo, tiempo que superó la espera de los profesionales mayores de 45 y 55 años, que no fue mayor a 4.3 meses.

Obligación o alternativa

Como comentamos anteriormente, el servicio de outplacement, por lo regular es ofrecido a los ex empleados recientemente separados de la compañía, a través de una organización especializada en este servicio, siendo el previo empleador quien paga por el servicio.

Ahora, en cuanto a la obligatoriedad de las compañías para ofrecer estos servicios, tenemos una amplia variedad de reglamentaciones de acuerdo a cada país y del número de personas involucradas en el proceso de despido colectivo o individual. De acuerdo a Sánchez-Silva (2013), tenemos lo siguiente:

Francia: Manejan permisos de recolocación obligatorios para las empresas con más de 1,000 empleados, que consisten en anticiparse al despido de los empleados, pagándoles el 65% de su salario bruto o al menos el 85% del salario mínimo profesional durante los 4 a 12 meses que toma el proceso de recolocación.

Alemania: Las empresas de transferencia desarrollan planes de recolocación para trabajadores redundantes, los cuales entran en acción cuando se plantea el despido de más de 30 empleados. Para compañías de más de 500 empleados que reduzcan más de 60 empleos, negociarán un plan de recolocación con cargo a la compañía y la formación de los servicios públicos de empleo, ofreciendo un subsidio máximo de 2,500 euros mensuales por trabajador durante 12 meses.

Países Bajos: De los mercados laborales más flexibles de Europa, contando con centros de movilidad laboral, de gestión público-privada, que han de ser creados por la empresa en reestructuración antes de llevar a cabo los despidos, para conseguir una transición laboral ágil y breve. La empresa paga los costos y debe conseguir fondos públicos para la formación de los trabajadores atendidos.

Bélgica: En Flandes, la célula de empleo garantiza un servicio de recolocación a los empleados mayores de 45 años incluidos en un despido colectivo, siendo de carácter obligatorio y pagado por la empresa. En Valonia funcionan las células de reconversión, que condicionan a ayudar a los afectados por los despidos colectivos de tres meses a dos años para su reinserción, cubriendo

los costos la empresa, la cual recibe bonificación de los mismos por los servicios de empleo en sus cuotas a la Seguridad Social.

Por su parte, Vizcaíno de Sas (2012) puntualiza que en España el outplacement es de carácter obligatorio cuando la empresa afecta con el despido a más de 100 empleados.

La demanda crece y la eficiencia del servicio disminuye

En el ambiente laboral global, la rotación de personal es cada vez mayor, siendo detonantes de esto las constantes fusiones y adquisiciones de compañías, la reducción de personal, así como la disminución en la demanda de empleados dadas las innovaciones tecnológicas (Pedrero).

Todos estos cambios y la frecuencia y dinamismo con que se presentan, llegan a hacer ver como “raro” el que alguien conserve un puesto por más de 7 años, cuando que anteriormente el trabajar “toda la vida” para una compañía, es decir, 25 o más años, se consideraba lo más natural.

En estos días, las empresas se preocupan por su imagen y buscan ser socialmente responsables, por lo que solicitan los servicios de outplacement como una forma de suavizar las consecuencias negativas que recaen sobre los empleados a raíz de un despido, las cuales pueden incluir graves depresiones y otros padecimientos y afecciones psicológicas, e incluso incurrir en daños a la salud física, como la hipertensión. Desgraciadamente, en México sólo el 1% de las compañías utilizan los servicios de outplacement. En México tenemos como ejemplo de empresas que utilizan el outplacement a IBM de México, GE Capital México, Danone, la

Embajada de los Estados Unidos, Hewlett Packard, Johnson Controls, Laboratorios Roche y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (Pedrero).

Adicionalmente a los problemas físicos y psicológicos que repercuten en los empleados despedidos, Sánchez-Silva (2013) agrega que en España, al final, los afectados por los despidos colectivos enfrentan salarios de inserción entre un 30% y un 40% más bajos que los de partida y a un tiempo de espera para recolocarse de entre 9 y 18 meses, en vez de entre 6 y 9 meses, como sucedía hace poco más de un año.

Anteriormente los programas de outplacement extendían su servicio hasta la recolocación del empleado, actualmente esto es muy raro, por razón de la exigencia de las empresas por tarifas reducidas, lo cual llevó a las empresas de outplacement a cambiar su servicio de colocación en un puesto a ofrecer entrenamiento y apoyo para conseguir un puesto, sin esperar hasta que el empleado esté ubicado en una posición laboral. Es frecuente que el servicio finalice antes de la recolocación del empleado. Y aún que se haya logrado la colocación del empleado (cliente de los servicios de outplacement), esto no significa que esté satisfecho en cuanto a la experiencia total, ya que se considera el tiempo de reubicación, la efectividad del entrenamiento recibido, el acceso a los consultores y su apoyo, la disponibilidad de herramientas tecnológicas y de recursos y demás factores. Es importante considerar que la satisfacción del cliente tiene mayor relevancia que los índices de reubicación, en cuanto a la efectividad de la empresa de outplacement se refiere (Vázquez Kennedy & Partners).

Beneficios

Después de revisar mucho material con respecto al tema del outplacement, ¿qué podemos decir sobre el beneficio de aprovechar los servicios de outplacement ofrecidos por una empresa especialista contra los resultados obtenidos al buscar en forma independiente un nuevo empleo? El beneficio de utilizar los servicios de una empresa especialista de outplacement son, por mucho, superiores, ya que se acorta considerablemente el tiempo de espera entre empleos.

Retomando el tiempo de espera promedio para recolocarse en el mercado laboral en Colombia de 50 meses, podemos hacer el comparativo con los siguientes datos ofrecidos por Lee Hetch Harrison Global Partner (2013) en cuanto a los resultados de sus clientes en Colombia. Para estos efectos, Lee Hetch Harrison Global Partner considera a una persona "reubicada" cuando: Se ubicó en un nuevo empleo de tiempo completo. Optó por la ocupación independiente y en su nueva actividad empezó a facturar. Se ocupó en "otras actividades" (estudio, viajes, hogar o decidió no trabajar), las cuales son de entera satisfacción para el usuario. Los resultados los podemos apreciar en la Tabla 1:

Periodo	Nivel Operativo	Nivel Administrativo	Profesional Nivel Ejecutivo
MES 2	15 %	17 %	11 %
MES 3	42 %	37 %	40 %
MES 4	50 %	75 %	55 %
MES 5	70 %	83 %	75 %
MES 6	81 %	92 %	82 %

Tabla 1. Porcentajes de reubicación por mes y nivel de empleado (de elaboración propia por fuentes consultadas).

Aquí podemos observar que, mientras que un colombiano en promedio debe tomar casi un año en el proceso de reubicación laboral, los usuarios de los programas de Vásquez Kennedy & Partners -Lee Hecht Harrison Global Partner- en Colombia, al finalizar el cuarto mes se han reubicado en un 75% en el nivel profesional y administrativo, un 55% en el nivel ejecutivo y un 50% en el nivel operativo. Y al finalizar el sexto mes, tan sólo han fracasado en sus planes de reubicación un 8% en el nivel profesional y administrativo, un 18% en el nivel ejecutivo y un 19% en el nivel operativo.

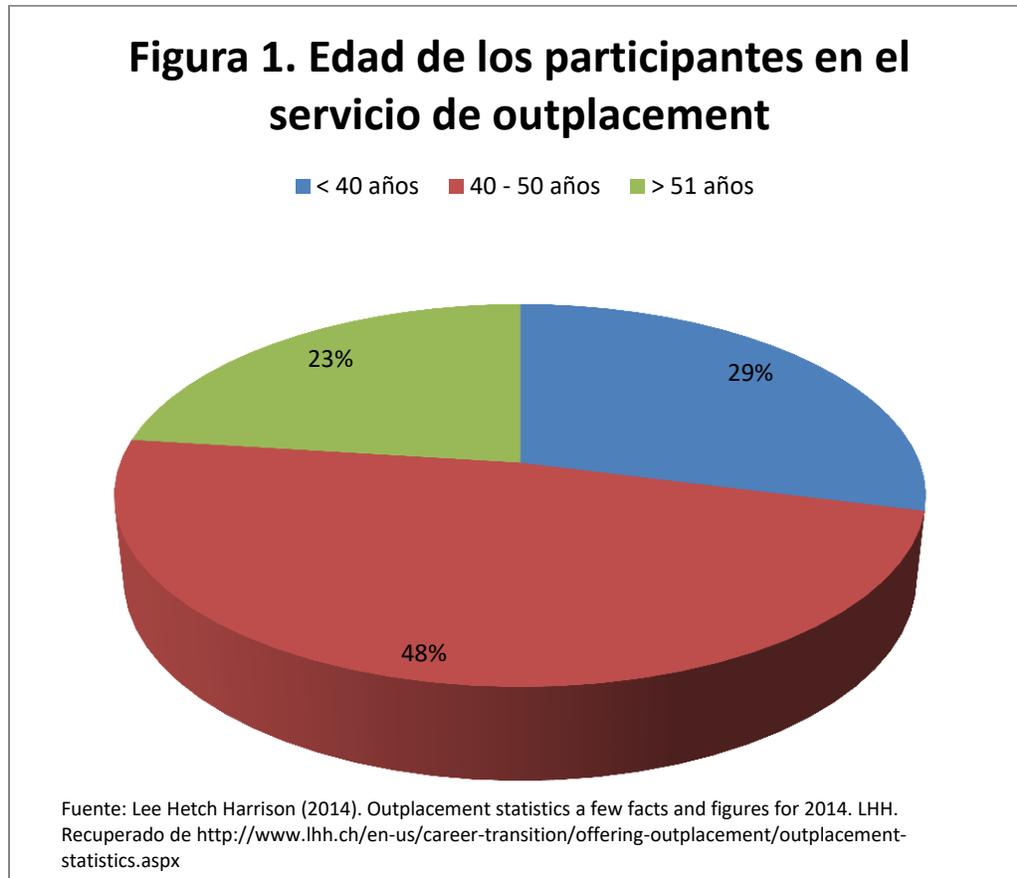
Estadísticas

En Octubre de 2014, Rogers publicó que el reporte de la Oficina de Estadísticas del Trabajo correspondiente a Agosto de 2014 muestra que entre Enero de 2011 y Diciembre de 2013, 9.5 millones de trabajadores perdieron su puesto, y que para Enero de 2014 sólo el 61% de ellos estaban trabajando nuevamente.

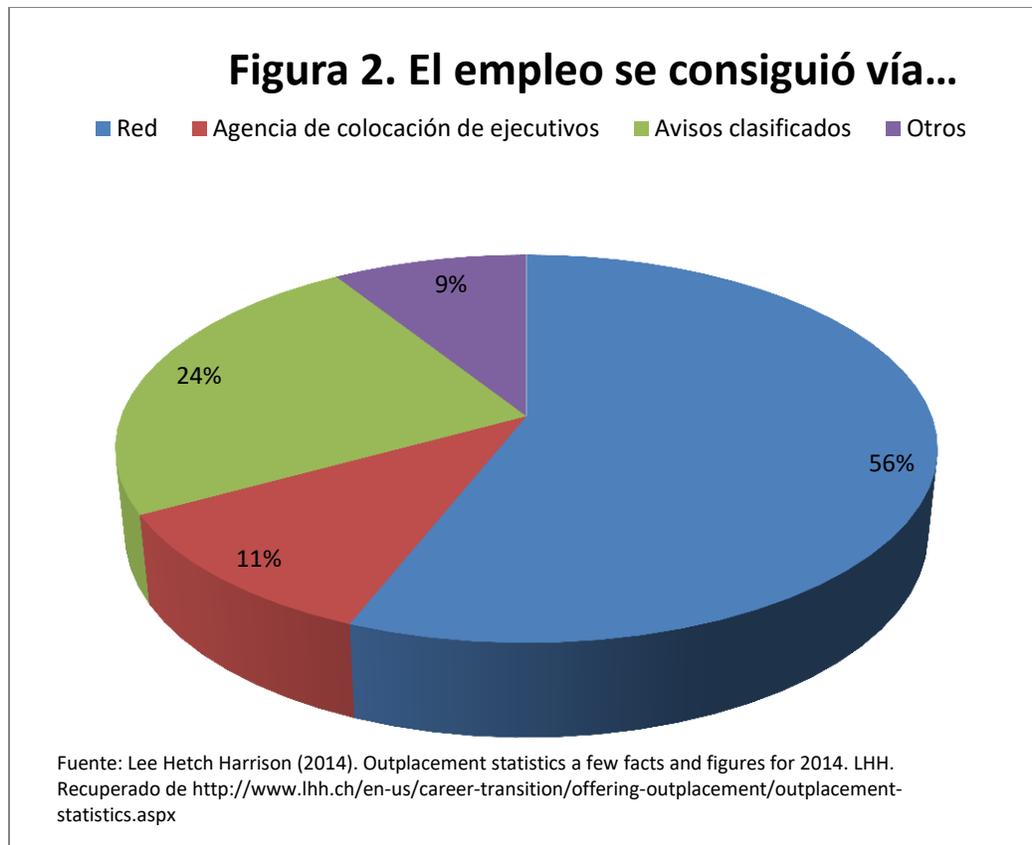
Lee Hetch Harrison comparte sus resultados para 2014, de lo cual resumimos lo siguiente: 1,190 candidatos se beneficiaron del programa de outplacement de Lee Hetch Harrison (LHH); 52% de los candidatos trabajaban en las industrias químico/farmacéuticas o de manufactura/comercio; más del 50% obtuvo su nuevo puesto en una industria diferente; 48% de los candidatos tenían entre 40 y 50 años de edad; más del 50% encontró su nuevo puesto a través de su red; 70% de los candidatos ganaban más 2,400,000 MXP anuales; sólo 12% tuvo que

aceptar un salario menor en su nuevo empleo; más del 60% se reubicó durante los primeros 6 meses.

En forma gráfica, podemos mostrar la siguiente información (gráficos de elaboración propia por fuentes consultadas):



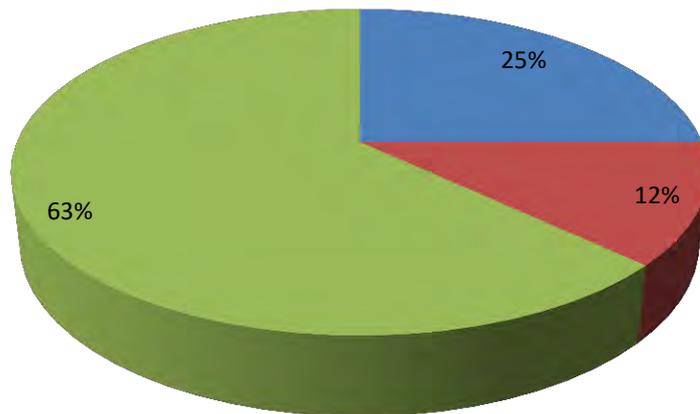
En la Figura 1 podemos apreciar que casi la mitad de los participantes en el servicio de outplacement caen en el rango de edad de 40 a 50 años, aproximadamente un tercio son menores de 40 años, y el resto (23%) sobrepasan los 51 años de edad.



La Figura 2 nos revela la forma en que se consiguió el empleo, contando con un 56% para el uso de redes, 24% corresponden al logro de un puesto de trabajo por medio de los avisos clasificados, 11% para las agencias de colocación de ejecutivos y 9% para el resto de opciones.

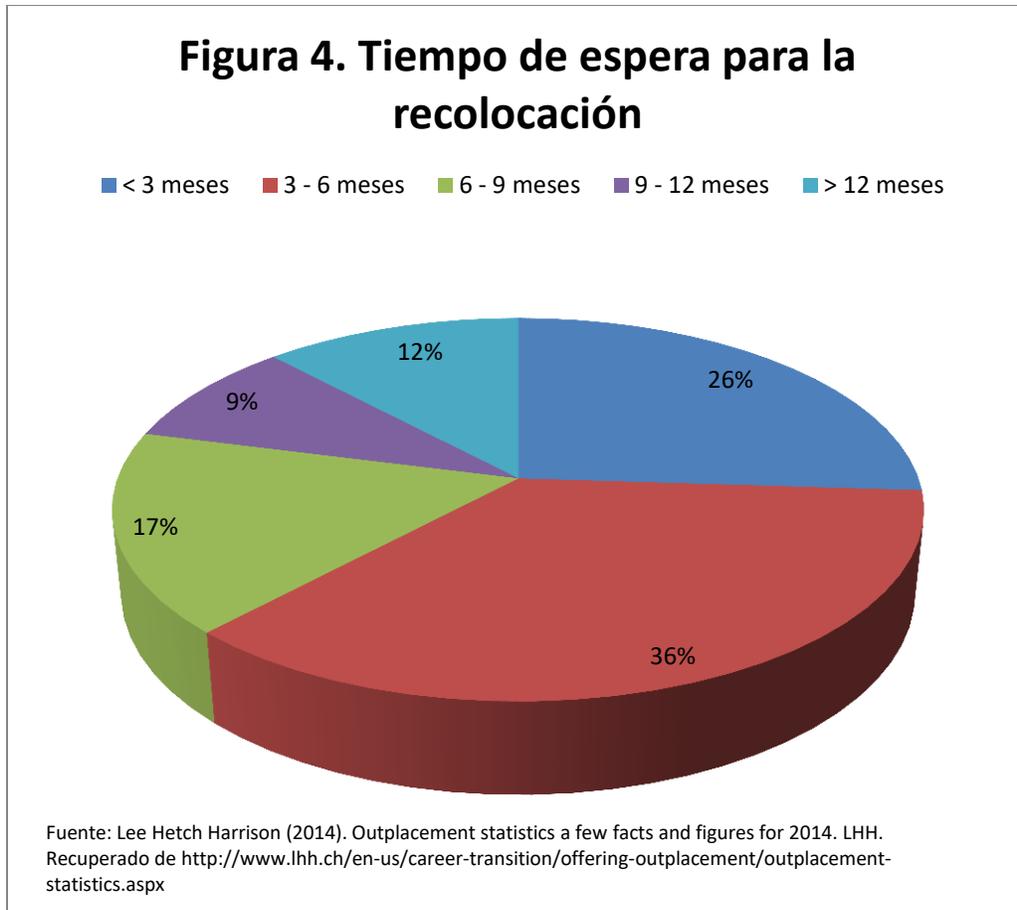
Figura 3. Cambio en el Salario de empleados recolocados

■ Mayor ■ Menor ■ Sin cambio



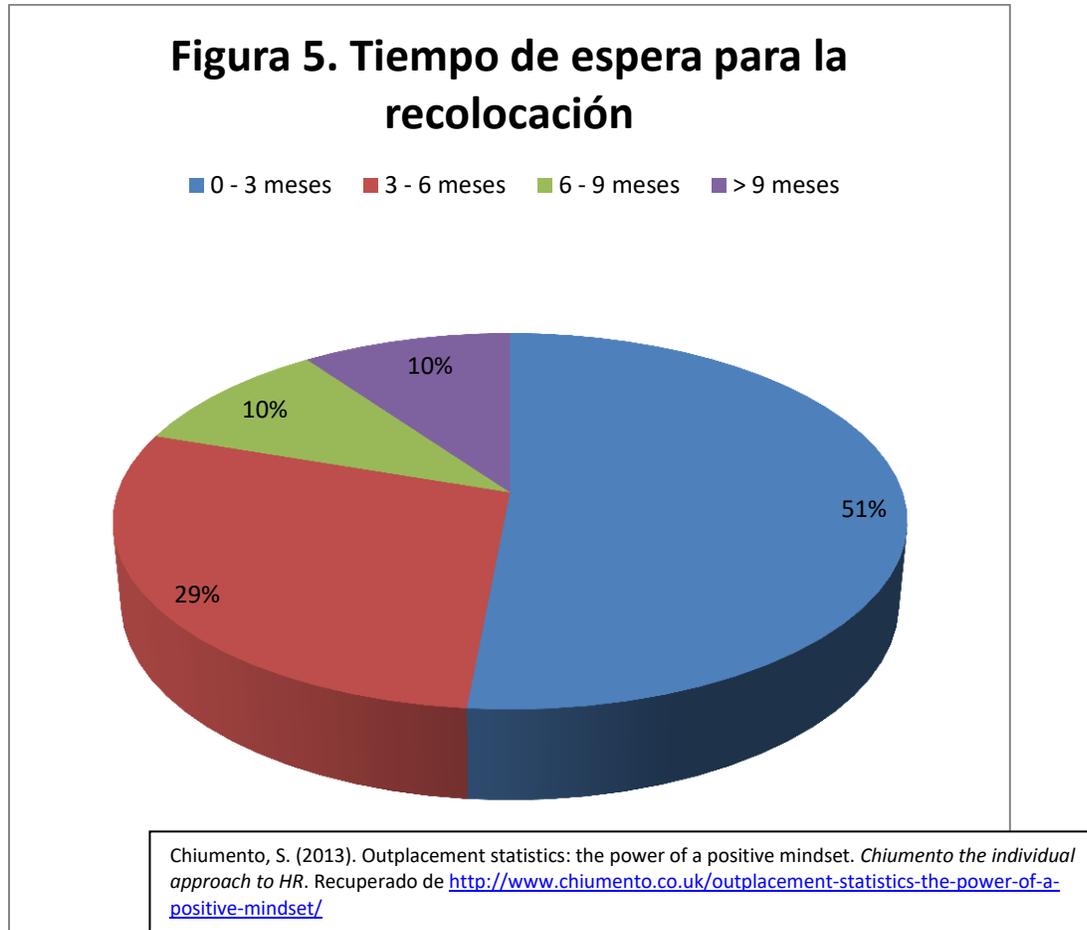
Fuente: Lee Hetch Harrison (2014). Outplacement statistics a few facts and figures for 2014. LHH. Recuperado de <http://www.lhh.ch/en-us/career-transition/offering-outplacement/outplacement-statistics.aspx>

Importante información nos ofrece la Figura 3, que nos enseña que en el 63% de los empleados recolocados conservó su salario original, el 25% logró un incremento en relación a su salario anterior, y solamente el 12% obtuvo una percepción menor a la de su puesto anterior.

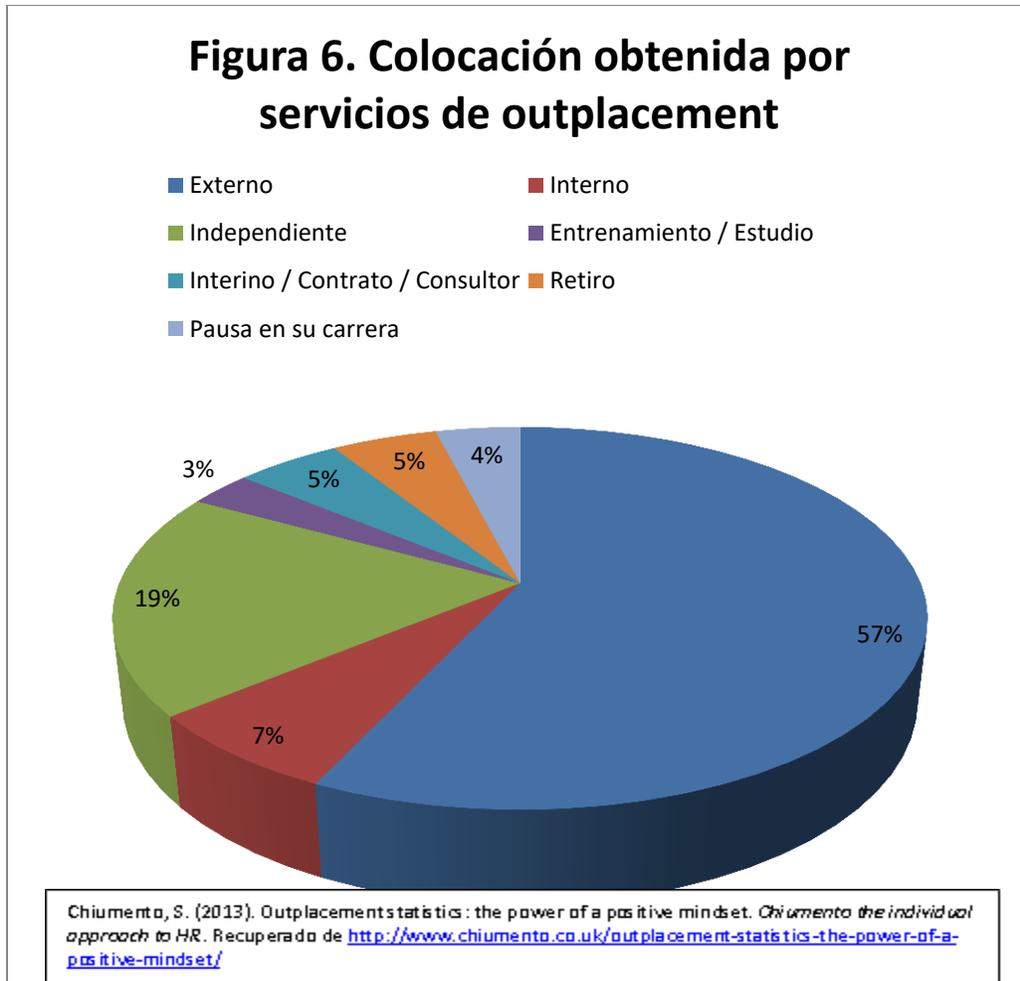


La Figura 4 nos enteramos sobre el tiempo que los empleados en transición tuvieron que esperar para ser recolocados, habiendo logrado este objetivo en un período de 3 a 6 meses el 36% de ellos, el 26% tardó menos de 3 meses en ser recolocados, el período de espera fue de 6 a 9 meses para el 17%, de 9 a 12 meses para el 9%, y de más de un año para el 12%.

La información reportada por Chiumento en 2013 nos lleva a la siguiente síntesis gráfica (gráficos de elaboración propia por fuentes consultadas):



En la Figura 6 tenemos información de Chiumento que nos indica que el 51% de los empleados en transición esperaron solamente de 0 a 3 meses para ser recolocados, el 29% de 3 a 6 meses, 10% de 6 a 9 meses y el restante 10% más de 9 meses.



En la Figura 6 tenemos que la colocación lograda por servicios de outplacement se distribuye en un 57% en trabajos externos, 19% como profesionales independientes, 7% reubicados internamente, 5% en formas de interino/por contrato/como consultor, 5% optaron por el retiro, 4% se tomaron una pausa en su carrera y 3% lo tomaron como una oportunidad para adquirir nuevas habilidades y conocimientos.

En su reporte de Marzo de 2008, Redstrom-Plourd proporciona los siguientes valores en cuanto a las razones por las cuales las compañías ofrecen el apoyo del outplacement a sus otrora empleados, como resultado de encuestar a 1,200 ejecutivos en los Estados Unidos de América:

- 65% de los empleadores creen que el ofrecer el servicio de outplacement incrementa la moral, motivación y productividad de los empleados.
- 78% de los empleadores sienten que puede mejorar la reputación de la organización.
- 55% de los empleadores creen que el outplacement les dará una imagen de buena opción en cuanto a empresa para trabajar.
- 78% cree que los servicios de outplacement y transición de carrera mejoran la imagen de la organización, tanto interna como externamente.
- 72% dijo que los servicios de outplacement y transición de carrera ayudan a reducir el litigio.

En cuanto a la satisfacción de los empleados afectados con los servicios de outplacement, Holland reportó en 2013 los siguientes hallazgos:

- 58% de quienes respondieron la encuesta están frustrados por los servicios de outplacement ofrecidos por su proveedor, considerándolos anticuados, con malas herramientas y caros.
- Sólo el 26% de los que respondieron la encuesta piensan que los ejecutivos de alto nivel son los más beneficiados por los servicios de outplacement.
- 82% habían ofrecido servicios de outplacement a los ejecutivos de alto nivel.
- 89% respondieron que la principal razón de ofrecer servicios de outplacement es ayudar a sus empleos en transición a obtener un nuevo empleo.

Metodología de investigación

El método de Investigación seleccionado es el Método Teórico Documental dado su carácter teórico conceptual y temática específica, en la que se pretende demostrar la veracidad científica de este estudio, nutrido principalmente por información de primera y segunda mano.

Resultados

El outplacement no es obligatorio en la mayoría de los países, incluyendo México, en donde tan solo el 1% de las empresas ofrecen este servicio a sus empleados en transición. En los países en los que el gobierno exige y regula este servicio, las condiciones son variables, no existe un estándar para todos los países que lo marcan como obligatorio.

Es bien claro que el outplacement ofrece ventaja en la búsqueda de reincorporación laboral a sus usuarios sobre aquellos que no tienen acceso a él. Estos consisten en un menor tiempo de espera para la recolocación laboral, en muchos casos el conservar el sueldo que tenían, e incluso mejorarlo en algunos casos, el evitar una gran cantidad de estrés que acompaña a la prolongación del período de espera, e incluso en el aprendizaje de nuevas técnicas para búsqueda de empleo y ampliación de redes. Los ejecutivos de alto nivel tienen mayor éxito en el uso del outplacement que los empleados en transición de niveles operativos.

Sin embargo, más de la mitad de los empleados afectados por la pérdida de su empleo y que aprovechan los servicios de outplacement se sienten frustrados por la larga espera para reubicarse, y consideran que las herramientas ofrecidas son anticuadas y el costo es elevado.

Es patente el hecho de que cada año el tiempo de espera promedio aumenta, esto como consecuencia del incremento en las personas que pierden su empleo debido a razones de aplicación de estrategias (como son las fusiones empresariales), la sustitución de puestos debido a nuevas tecnologías (como es el empleo de robots), o el cierre o downsizing en empresas por factores económicos.

Los empleadores ofrecen el outplacement para mejorar su imagen y reputación como empresa deseable para trabajar en ella, así como para incrementar la moral, motivación y productividad de los empleados. Asimismo, algunas empresas encuentran deseable el efecto colateral de disminuir los problemas que lleven a litigio.

Conclusiones

Como respuesta al objetivo planteado en la introducción de este trabajo, tenemos que el outplacement se utiliza hoy en día para mitigar el impacto, principalmente emocional, y económico que implica el desprenderse de un puesto laboral e iniciar la búsqueda por la recolocación. Las empresas lo ofrecen a sus empleados como apoyo en agradecimiento a sus servicios y también para lograr una mejor imagen ante la sociedad.

El tiempo para lograr el outplacement tiene una tendencia a incrementarse con el correr del tiempo, dados los cambios en los niveles de empleados que pierden su puesto por razones de economía, aplicación de estrategias o razones tecnológicas. De igual forma, la extensión del servicio cubría hasta la colocación del empleado. Ahora es por un tiempo determinado y normalmente insuficiente para encontrar un nuevo empleo. En algunos países es obligatorio y

reglamentado por sus gobiernos, en el caso de México es opcional y sólo una muy pequeña fracción de las empresas ofrecen este servicio a sus empleados en transición.

De cualquier forma, el outplacement brinda beneficios a quienes lo utilizan, ya que reciben entrenamiento sobre la forma de buscar empleo, redacción de CV, comportamiento en las entrevistas y demás, adicionalmente a acceder a una amplia red de contactos que llevan a un buen número de entrevistas. El tiempo de recolocación de una persona que goza de este servicio es mucho menor, en promedio, que de aquellos que no tienen acceso a él.

El outplacement rinde mejores frutos cuando quienes lo utilizan son ejecutivos de alto nivel, en contraste con empleados de nivel operativo, quienes tienen un mayor tiempo promedio de recolocación.

Bibliografía

Pickman, A. (1994). *The complete guide to outplacement counseling*. New York: Lawrence Earlbaum Associates, Inc.

Referencias

Business dictionary (2015). Recuperado de <http://www.businessdictionary.com/definition/outplacement.html>

Chiumento, S. (2013). Outplacement statistics: the power of a positive mindset. *Chiumento the individual approach to HR*. Recuperado de <http://www.chiumento.co.uk/outplacement-statistics-the-power-of-a-positive-mindset/>

Geroldi, F. (2015). El outplacement comienza a madurar en Chile. *Hub sustentabilidad*. Recuperado de <http://www.hubsustentabilidad.com/el-outplacement-comienza-madurar-en-chile/#>

Holland, N. (2013). Survey finds employers frustrated with traditional outplacement services. *DirectEmployers*. Recuperado de <http://www.directemployers.org/2013/04/23/outplacement-services-survey/>

Lee Hetch Harrison (2014). Outplacement statistics a few facts and figures for 2014. *LHH*. Recuperado de <http://www.lhh.ch/en-us/career-transition/offering-outplacement/outplacement-statistics.aspx>

Pedrero, F. (2006, 27 de Marzo). Outplacement úselo al perder su empleo. *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/50773.html>

Pickman, A. (1994). *The complete guide to outplacement counseling*. New York: Lawrence Earlbaum Associates, Inc

- Redstrom-Plourd, M. (2008). Outplacement services industry. Some new statistics. *Insala*. Recuperado de <http://www.insala.com/Articles/career-transition/outplacement-services-industry-some-new-statistics.asp>
- Rogers, J. (2014, 21 de Octubre). Socially responsible outplacement – U.S. Bureau of Statistics findings highlight the need for outplacement services. *24-7 Press Release*. Recuperado de <http://www.24-7pressrelease.com/press-release/socially-responsible-outplacement-us-bureau-of-labor-statistics-findings-highlight-the-need-for-outplacement-services-395517.php>
- Sanchez-Silva, C. (2013, 17 de Febrero). El fiasco de los planes de recolocación. *El País*. Recuperado de http://economia.elpais.com/economia/2013/02/15/actualidad/1360949892_377406.html
- Valls, A. (2014). Outplacement: origen y finalidad. Recuperado de <http://www.antoniovalls.com/pdf/Outplacement%20Origen%20y%20finalidad.pdf>
- Vázquez Kennedy & Partners. (2015). Indicadores de éxito de un programa de outplacement. *Publicaciones*. Recuperado de <http://www.vasquezkennedy.com/secciones/publicaciones/01.htm#4>
- Vizcaíno de Sas, F. (2012). La reforma laboral del punto de vista del gerente de riesgos. *Jiménez de Parga Abogados*. Recuperado de http://www.mapfre.com/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/imagen.cmd?path=1075377&posicion=9



¿PUEDE UN LÍDER HACER LA DIFERENCIA? ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE LAS CONDUCTAS DEL LÍDER QUE AUMENTAN LA CREATIVIDAD EN LAS EMPRESAS DE DISEÑO GRÁFICO DE MONTERREY

Verónica Lizett Delgado Cantú

*Universidad Autónoma de Nuevo León • Facultad de Artes Visuales • Campus Mederos
Praga y Trieste No. 4600, Fracc. Las Torres CP 64930*

Correo electrónico: veronica.delgadocn@uanl.edu.mx

Nacionalidad: Mexicana

Dr. Juan Rositas Martínez

*Universidad Autónoma de Nuevo León • Facultad de Contaduría Pública y Administración
Ave. Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, N. L.*

Correo electrónico: jrositasm@yahoo.com

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 21/Abril/2015

Fecha de aceptación: 22/Mayo/2015

Resumen

El propósito de este estudio exploratorio es aportar evidencia que demuestre que las conductas del líder (*orientadas a la tarea, a las relaciones, al cambio y externas*), afectan de manera significativa los procesos creativos de un grupo de trabajo, generando resultados originales y funcionales, dentro de las empresas de diseño gráfico de Monterrey.

De este propósito, se deriva la revisión de literatura, la cual está organizada alrededor de tres ejes principales, la creatividad organizacional vista desde los productos creativos finales, generados a través de los procesos creativos de un equipo de trabajo, al sentirse influenciados por ciertas conductas específicas del líder que estimulan la creatividad.

En este trabajo se muestra el modelo hipotético propuesto y se explica el diseño del instrumento de medición derivado del mismo.

Con ayuda del alfa de Cronbach se estableció la validez y consistencia interna de los datos. También se analizaron las correlaciones entre las variables.

Palabras clave: Conductas de liderazgo, originalidad, funcionalidad, procesos creativos de grupo.

Introducción

Al analizar la literatura existente sobre cómo el estilo de liderazgo impacta la creatividad de los grupos de trabajo, y a pesar de la importancia que tiene este tema en la actualidad, se puede observar que existen pocas investigaciones que se orienten específicamente en la industria creativa y mucho menos en el contexto mexicano, además de que se han realizado más estudios en el área de creatividad individual, que en la de grupos o equipos de trabajo.

Pensando en este problema, se plantearon dos objetivos principales que son, determinar el efecto que causa el ejercicio de las conductas del líder (*orientadas a la tarea, las relaciones, el cambio y las externas*), sobre los procesos creativos de un equipo de trabajo, dentro de las empresas de servicios de diseño gráfico y publicitario de Monterrey y, determinar el impacto que causan los procesos creativos (*cognitivos, sociales y motivacionales*) de un equipo de trabajo, en el nivel de funcionalidad y originalidad de los diseños finales, dentro de las empresas de servicios creativos y publicitarios de Monterrey.

De la revisión de literatura relacionada con los temas de la investigación, se diseñó el modelo conceptual, donde se muestra que las conductas del líder del equipo de trabajo, influyen en sus procesos creativos, relacionándose a su vez con el grado de originalidad y pertinencia de los resultados del grupo, lo cual sirvió como base para el planteamiento de las hipótesis del estudio.

1. Marco teórico

El presente estudio indaga sobre cómo los procesos creativos de un equipo de trabajo, se ven influenciados por las conductas que ejerce el líder sobre sus integrantes, y cómo estos procesos a su vez se relacionan con la generación de productos finales originales y funcionales o útiles. El propósito de este apartado, es proveer un marco referencial basado en literatura seleccionada sobre los temas principales del trabajo.

1.1 Creatividad en equipos de trabajo

La mayoría de la literatura que existe en torno a la creatividad se enfoca principalmente en las características creativas individuales, aunque en los años recientes ha aumentado el interés por el estudio de la creatividad en grupos de trabajo, y debido a que en la mayoría de negocios pertenecientes a la industria creativa se trabaja en equipos colaborativos, se explicarán brevemente los aspectos relacionados a la creatividad asociada a ellos.

La *creatividad organizacional* se define como “la creación de un nuevo producto, servicio, idea, procedimiento o proceso, útil y valioso, realizado por individuos que trabajan juntos en un sistema social complejo” (Woodman, Sawyer, & Griffin, 1993, p.293).

Dentro del tema de creatividad organizacional, se encuentra el término creatividad en grupos (*team creativity*), el cual es relevante para esta investigación.

La *creatividad en grupo* es “la producción de ideas novedosas y útiles, relativas a productos, servicios, procesos y métodos realizados por un equipo de empleados trabajando juntos” (Shin & Zhou, 2007, p. 1715).

En esta definición podemos observar que los resultados o ideas producidas por un grupo de trabajo que usa efectivamente su creatividad, cuentan con dos factores esenciales: la originalidad en primer lugar y en segundo, la utilidad o pertinencia.

Ambos factores invariablemente deberían estar presentes en los resultados generados dentro de las empresas pertenecientes a la industria creativa, ya que éstos serán evaluados por sus clientes, por lo que es importante su debido entendimiento.

La *originalidad* se define como algo poco convencional, novedoso, inesperado, y no probado (Wang, Dou, Li, & Zhou, 2013 p.43), mientras que la *pertinencia* es la relevancia y utilidad que posee una idea para cierta tarea determinada (Amabile, 1988; Oldham & Cummings, 1996; Runco & Charles, 1993).

Es posible evaluar la originalidad de una obra con cierta consistencia, lo cual no se puede afirmar cuando se trata de la pertinencia (Runco y Charles, 1993). Sin embargo, como se ha venido mencionando, es importante que el resultado creativo tenga ambas características, para poder llamarlo verdaderamente creativo.

A continuación, se explicarán brevemente cuáles son los procesos por los que pasa un grupo de trabajo cuando se le solicita la producción de una idea creativa, los cuales pueden afectar la originalidad y pertinencia del resultado.

1.2 Procesos creativos del grupo

A pesar de que un individuo puede poseer habilidades creativas que le permitan generar grandes ideas, la interacción con otros individuos puede incrementar la capacidad creativa del grupo. Por ejemplo, pueden existir personas con pocas habilidades creativas individuales que produzcan algo original al trabajar en grupo y con un ambiente propicio. Lo anterior se demuestra en trabajos como el de Bissola & Imperatori (2011), donde se confirma que la creatividad aplicada en grupos, no es solamente la suma de las habilidades creativas individuales, sino que los procesos sociales y organizacionales son también cruciales en el desempeño del equipo.

De acuerdo con Taggar (2002), tanto los resultados creativos individuales, como los de grupo, pueden verse afectados por las conductas intragrupales de los miembros del equipo.

El proceso creativo de un grupo es un proceso social, ya que inevitablemente incluye la interacción entre las personas, aunque también es un proceso cognitivo debido a que se comparten ideas, conceptos, perspectivas, etcétera (Baruah & Paulus, 2009).

Paulus & Brown (2007), desarrollaron un Modelo Cognitivo-Social-Motivacional, para la generación de ideas en grupo, basándose en la técnica de la lluvia de ideas. Este modelo explica que los factores sociales-motivacionales pueden afectar el proceso cognitivo que se lleva a cabo en la generación de ideas individuales, debido a que influyen en la cantidad de atención que se da a las ideas de otros miembros del grupo.

Es probable que los resultados sean más creativos si el grupo de trabajo recibe una *estimulación social* a través de la competencia entre sus miembros y la obtención de estándares de comparación, además de una *estimulación cognitiva*, que se da por medio de asociaciones innovadoras/detonadores, atención, conflictos, heterogeneidad, complementariedad, estilo divergente e incubación (Paulus, 2000).

Enseguida se hablará sobre el liderazgo que influye en la creatividad, ya que esta investigación pretende estudiar la relación entre los aspectos del estilo de liderazgo que pueden tener una mayor relación con la creatividad en los empleados pertenecientes a los grupos de trabajo de las empresas que ofrecen servicios de diseño gráfico y publicitario.

1.3 Liderazgo que afecta la creatividad

De acuerdo con Amabile, Conti, Coon, Lazenby, & Herron, (1996) “los líderes pueden influenciar el comportamiento creativo de sus empleados”.

Mathisen, Einarsen, & Mykletun (2012), sugieren que los líderes creativos pueden ser el ejemplo que motiva e inspira a sus seguidores, quienes a su vez pueden aprender también las conductas y procedimientos creativos desempeñados por su líder. Adicionalmente, este tipo de líderes comprenden mejor las necesidades creativas de la gente a su cargo, por ejemplo, el tiempo que se requiere para probar varias alternativas y dedicarse a la exploración de ideas.

Un líder creativo puede propiciar la motivación del personal, ya que sabe escuchar y discutir las ideas provenientes de diferentes niveles de la organización.

En el estudio de Amabile et al. (1996), se describe la forma en que el estímulo organizacional y de supervisión, el apoyo de los compañeros de trabajo, contar con recursos suficientes, el reto de cada proyecto y la libertad en el trabajo, afectan a la creatividad del empleado.

Esto nos habla de que la conducta del líder o el estilo de supervisión, es muy importante para incrementar o disminuir la creatividad entre el grupo de trabajo, provocando a su vez resultados altamente creativos o deficientes, lo cual en el área de la industria creativa puede ser la diferencia entre ser o no productivos.

Amabile & Khairi (2008) describen los roles o conductas que debe tener el líder que desea administrar la creatividad de sus subordinados, y mencionan que éste debe: reconocer las ideas de otros participantes; fomentar la colaboración; propiciar la diversidad; esquematizar las etapas de la creatividad y ocuparse de sus necesidades; reconocer que el fracaso puede ser útil; y motivar a través del reto intelectual.

Yukl & Van Fleet (citado en Amabile, Schatzel, Moneta, & Kramer, 2004) mencionan que los comportamientos del líder son propensos a tener un impacto más fuerte y más inmediato sobre las percepciones de los subordinados. Esta investigación adoptará la taxonomía de

conductas del líder de Yukl (2012), debido a que es una de las medidas más comprensibles y rigurosas que se han realizado sobre este tema (Amabile et al., 2004). Dicha clasificación propone cuatro categorías de comportamiento: *conductas orientadas a la tarea*, *conductas orientadas a las relaciones*, *conductas orientadas al cambio* y *conductas externas*. Éstas a su vez se subdividen en 15 subcategorías adicionales.

La idea es determinar el grado de originalidad y funcionalidad de los resultados producidos por un grupo de trabajo, dentro de una empresa de servicios de diseño en la que existen grupos de trabajo que desarrollan ciertos procesos creativos, que a su vez son afectados por las conductas de su líder, usando la taxonomía de Yukl.

2. Metodología

La metodología de investigación se diseñó con base en los objetivos que se desean alcanzar. La investigación es tanto conceptual como empírica de tipo no experimental, observacional, descriptiva y correlacional.

2.1 Instrumento de medición

El cuestionario que fue aplicado a los participantes fue desarrollado con base en investigaciones previas y en un panel de expertos, haciendo uso de la investigación cualitativa.

El cuestionario fue dividido en cuatro secciones, la primera integrada por las conductas que debería mostrar el líder del equipo, donde cada variable incluida tiene sus indicadores correspondientes. La variable *conducta orientada a la tarea* tiene diez indicadores, la siguiente variable *conducta orientada a las relaciones*, cuenta con doce indicadores, la variable *conducta orientada al cambio* incluye ocho indicadores y por último la variable *conductas externas* contiene cuatro indicadores.

Para cada indicador se incluyó un enunciado afirmativo sobre las conductas del líder, dichos enunciados fueron completados por el participante con la ayuda de una escala de intensidad de siete puntos, la cual indica la percepción que el miembro del equipo tiene sobre el comportamiento de su líder. La escala utilizada fue la siguiente: 1=*Nunca se comporta así*, 2=*Casi nunca se comporta así* 3=*Muy pocas veces se comporta así* 4=*La mitad de las veces se comporta así*, 5=*Muy a menudo se comporta así* 6=*Casi siempre se comporta así*, 7=*Siempre se comporta así*

En la segunda sección, se incluyó la lista de los procesos de grupo por los que el equipo pasa al trabajar bajo la dirección de su líder. La variable *factores motivacionales*, tiene cuatro indicadores, mientras que la variable *factores sociales* tiene tres, igual que la variable *proceso cognitivo*. La escala es la misma que para la sección anterior.

En la tercera sección, se le pregunta al sujeto, sobre su percepción del grado de creatividad en los resultados de su trabajo en equipo, aquí se presentan dos variables con sus respectivos indicadores. La variable *originalidad* y la variable *funcionalidad* con tres indicadores cada una.

Finalmente, se anexó un apartado donde el participante puede indicar sus datos demográficos como edad, género, grado máximo de estudios, área de formación académica, puesto, número de empleados de la empresa donde labora, número de integrantes del equipo y experiencia profesional.

2.2 Población, marco muestral y muestra

Después de redactar un marco teórico y hacer el diseño del instrumento de medición, éste se aplicó a una pequeña muestra, seleccionada aleatoriamente de una base de datos de exalumnos de la carrera de diseño gráfico. Uno de los criterios de selección fue que actualmente se

encontraran trabajando en un equipo creativo dentro de empresas dedicadas a brindar servicios de diseño gráfico y publicidad en la ciudad de Monterrey, Nuevo León. Los equipos de trabajo deben estar formados por al menos tres personas más el líder.

Cabe señalar que los resultados del estudio aún no son concluyentes, ya que se sigue investigando para obtener un tamaño de muestra mayor, es por eso que este trabajo se denomina exploratorio, aunque la metodología ya cumpla con el rigor científico que se requiere.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) tiene clasificadas 77 empresas dedicadas a proporcionar servicios de diseño gráfico en el área metropolitana de Monterrey. Para el análisis exploratorio de este trabajo se consideraron los datos obtenidos de 35 cuestionarios.

1.1.1. Validez y confiabilidad

La validez del instrumento proviene de la literatura revisada, aunque también se tomó en cuenta la opinión de algunos expertos que previamente habían participado en equipos creativos en el tipo de empresas pertinentes al estudio, esto con la finalidad de confirmar que lo que plantea la literatura es aplicable a las empresas mexicanas, específicamente a las regiomontanas.

Se realizaron estimaciones del alfa de Cronbach para cada constructo y éstas se encuentran en un rango de 0.622 y 0.913. Como se puede observar en la Tabla 1, el análisis sugiere eliminar algunos ítems como por ejemplo, la pregunta 34, la 37 y la 48. Como se trata de un estudio exploratorio, la idea es recolectar más datos, para este fin, se aplicará el instrumento corregido esperando aumentar la confiabilidad interna de los constructos.

Tabla 1

CONFIABILIDAD INTERNA DEL INSTRUMENTO	
	Alfa de Cronbach
Conducta orientada a la tarea	0.855
Conducta orientada a las relaciones	0.907
Conducta orientada al cambio	0.913
Conducta externa	0.717 (Eliminando la pregunta 34)
Factores sociales	0.708 (Eliminando la pregunta 37)
Factores motivacionales	0.634
Proceso cognitivo	0.793
Originalidad	0.837
Funcionalidad	0.622 (Eliminando la pregunta 48)

Fuente: Investigación propia

El cálculo del alfa de Cronbach es importante para el rigor del método científico, ya que el instrumento puede arrojar datos replicables y se puede demostrar que es confiable.

Según Nunnally (1994) dentro de un análisis exploratorio estándar, el valor de fiabilidad en torno a 0.7 es adecuado y es el nivel mínimo aceptable. En las primeras fases de la investigación o estudios exploratorios, un valor de 0.6 o 0.5 puede ser suficiente. Loewenthal (1996) sugiere que un valor de fiabilidad de 0.6 puede ser aceptable para escalas con menos de 10 ítems.

2.3 Hipótesis de Investigación

En las siguientes líneas se plantean los aspectos que se ponen a prueba en este trabajo, los cuales se derivan de la revisión de la teoría.

- H1: Las conductas del líder (*orientadas a la tarea, a las relaciones, al cambio y externas*), tienen una relación positiva con el grado de desarrollo de los procesos creativos de un grupo de trabajo.
- H2: Los procesos creativos de un grupo de trabajo (*proceso cognitivo, social y motivacional*) se relacionan positivamente con el nivel de funcionalidad y originalidad de los diseños finales dentro de las empresas de diseño gráfico y publicitario de Monterrey.

Derivadas de estas hipótesis principales, se encuentran las siguientes hipótesis secundarias:

H_{1,1}: La conducta del líder orientada a la tarea tiene una relación positiva con los factores motivacionales del grupo.

H_{1,2}: La conducta del líder orientada a las relaciones tiene una relación positiva con los factores sociales (composición del grupo).

H_{1,3}: La conducta del líder orientada al cambio tiene una relación positiva con los factores motivacionales del grupo.

H_{1,4}: La conducta del líder orientada al cambio tiene una relación positiva con los factores sociales del grupo.

H_{1,5}: La conducta del líder orientada al cambio tiene una relación positiva con el proceso cognitivo.

H_{1,6}: Las conductas externas tienen una relación positiva con el proceso cognitivo.

H_{2,1}: El proceso cognitivo tiene una relación positiva con el grado de originalidad de los diseños finales.

H_{2,2}: El proceso cognitivo tiene una relación positiva con el grado de funcionalidad de los diseños finales.

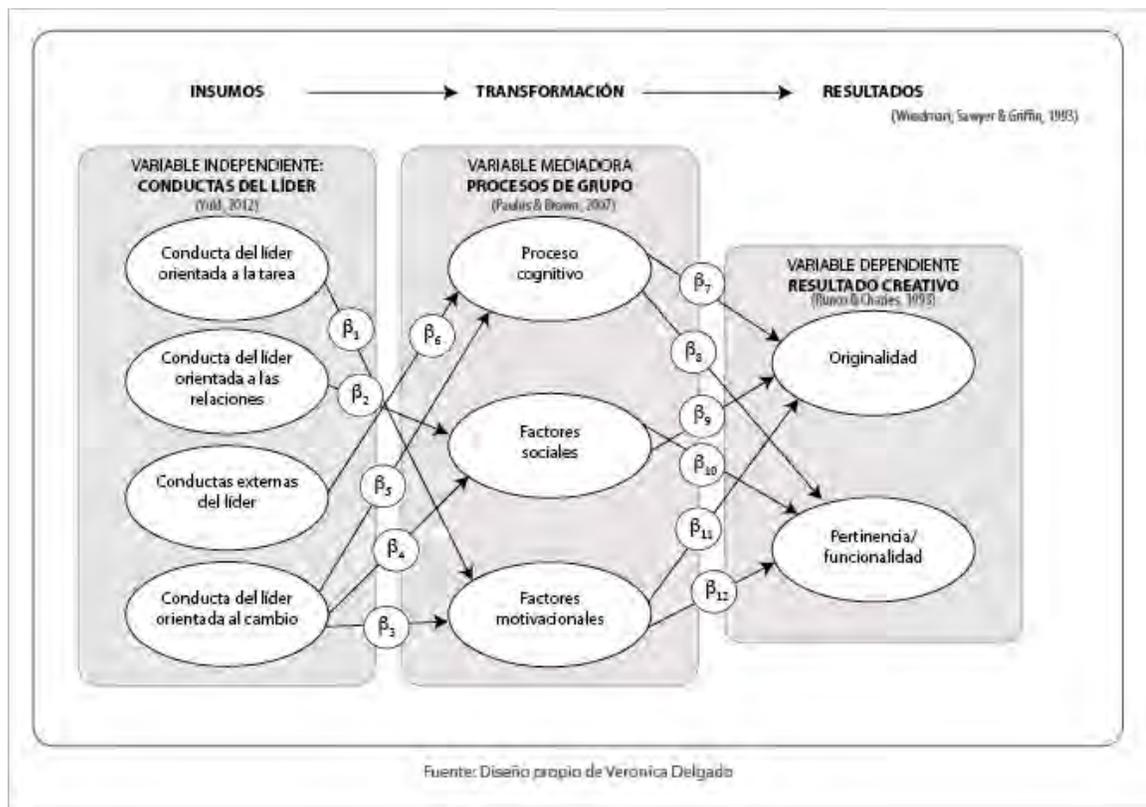
H_{2,3}: Los factores sociales tienen una relación positiva con el grado de originalidad de los diseños finales.

H_{2,4}: Los factores sociales tienen una relación positiva con el grado de funcionalidad de los diseños finales.

H_{2,5}: Los factores motivacionales tienen una relación positiva con el grado de originalidad de los diseños finales.

H_{2,6}: Los factores motivacionales tienen una relación positiva con el grado de funcionalidad de los diseños finales.

2.4 Modelo hipotético de investigación



Nota: Las betas representan a las hipótesis secundarias que se están poniendo a prueba en el estudio.

3. Resultados

Después de realizar estimaciones del alfa de Cronbach para conocer la validez interna del instrumento, se hace el análisis de las correlaciones entre los constructos de la investigación y su nivel de significancia.

La matriz de correlaciones se obtuvo con los promedios de cada constructo, ya que por el número tan pequeño de la muestra ($n=35$), aún no fue posible realizar un análisis de factores y aunque los resultados no son para nada concluyentes, si brindan un panorama de si el modelo hipotético está bien planteado.

A continuación se presenta el nombre de cada constructo para facilitar la comprensión de la matriz de correlación.

C1=CONDUCTA ORIENTADA A LA TAREA (X_1)

C2=CONDUCTA ORIENTADA A LAS RELACIONES (X_2)

C3=CONDUCTA ORIENTADA AL CAMBIO (X_3)

C4=CONDUCTAS EXTERNAS (X_4)

C5=FACTORES SOCIALES DE GRUPO (Z_1)

C6=FACTORES MOTIVACIONALES DE GRUPO (Z_2)

C7=PROCESO COGNITIVO DEL GRUPO (Z_3)

C8=ORIGINALIDAD DE LOS RESULTADOS (Y_3)

C9=FUNCIONALIDAD DE LOS RESULTADOS (Y_2)

Tabla 2

		Correlaciones								
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
C1	Correlación de Pearson	1								
	Sig. (bilateral)									
	N	35								
C2	Correlación de Pearson	.786**	1							
	Sig. (bilateral)	.000								
	N	35	35							
C3	Correlación de Pearson	.766**	.831**	1						
	Sig. (bilateral)	.000	.000							
	N	35	35	35						
C4	Correlación de Pearson	.333	.271	.373*	1					
	Sig. (bilateral)	.051	.115	.028						
	N	35	35	35	35					
C5	Correlación de Pearson	.437**	.284	.382*	.247	1				
	Sig. (bilateral)	.009	.098	.024	.153					
	N	35	35	35	35	35				
C6	Correlación de Pearson	.580**	.544**	.574**	.269	.458**	1			
	Sig. (bilateral)	.000	.001	.000	.119	.006				
	N	35	35	35	35	35	35			
C7	Correlación de Pearson	.696**	.573**	.589**	.164	.495**	.736**	1		
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.346	.003	.000			
	N	35	35	35	35	35	35	35		
C8	Correlación de Pearson	.072	.224	.290	.557**	.111	.198	.015	1	
	Sig. (bilateral)	.680	.196	.091	.001	.524	.255	.933		
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	
C9	Correlación de Pearson	.591**	.483**	.548**	.022	.464**	.348*	.607**	.022	1
	Sig. (bilateral)	.000	.003	.001	.899	.005	.041	.000	.898	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).
 * La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Investigación propia

La H_{1,2} dice que la conducta del líder orientada a la tarea tiene una relación positiva con los factores motivacionales del grupo, y efectivamente existe una correlación significativa al 0.01, cuyo coeficiente es de 0.580. La relación puede darse ya que si el líder hace planes y asigna tareas de manera clara a los miembros del grupo, éstos reconocerán la tarea que se desea lograr al presentarse el proceso de generación de ideas, tendiendo a coincidir en un nivel de desempeño similar.

La H_{1,2} declara que la conducta del líder orientada a las relaciones tiene una relación positiva con los factores sociales (composición del grupo). Sin embargo no se encontró relación alguna, lo cual indica que aunque el líder procure ser agradable y relacionarse con los miembros del equipo, no necesariamente éstos tendrán sentimientos positivos entre sí.

Por otra parte, la H_{1,3} dice que la conducta del líder orientada al cambio tiene una relación positiva con los factores motivacionales del grupo y esto queda evidenciado con una correlación

significativa al 0.01 entre ambos constructos, con un coeficiente de 0.574. Lo anterior, indica que cuando el líder tiene pensamientos orientados a la innovación y la flexibilidad, se ven afectados los factores motivacionales como la competencia o comparación de ideas.

Con la declaración de la $H_{1,4}$ se trata de probar que la conducta del líder orientada al cambio tiene una relación positiva con los factores sociales del grupo, lo cual resulta cierto, aunque tiene una menor repercusión en estos factores, ya que a un nivel de significancia del 0.05, se cuenta con un coeficiente de correlación de apenas el 0.382. Es decir, el hecho de que el líder se oriente a la innovación, está poco relacionado con los sentimientos positivos y la heterogeneidad que hay entre los miembros del grupo.

La $H_{1,5}$ dice que la conducta del líder orientada al cambio tiene una relación positiva con el proceso cognitivo. Aquí es donde se encontró una mayor correlación, ya que con un nivel de confianza del 0.01, se dio un coeficiente de correlación de 0.589, lo que indica que la orientación a la innovación y la flexibilidad del líder, efectivamente afecta el proceso cognitivo, en otras palabras, si el líder fomenta el uso de nuevos enfoques de resolución de problemas, se logra la combinación de algunos aspectos del conocimiento e ideas guardadas en la memoria de los miembros del grupo para generar ideas nuevas.

La $H_{1,6}$ declara que las conductas externas tienen una relación positiva con el proceso cognitivo. Sin embargo, no se encontró una relación significativa, lo cual indica que si el líder mantiene contactos externos a su organización, esto no es importante para la recuperación de información guardada en la mente de los miembros del equipo para la generación de nuevas ideas.

Ahora analizando las relaciones entre las variables mediadoras y los resultados finales tenemos que la $H_{2,1}$ dice que el proceso cognitivo tiene una relación positiva con el grado de

originalidad de los diseños finales y la $H_{2,2}$ que el proceso cognitivo tiene una relación positiva con el grado de funcionalidad de los diseños finales. Respecto a estas dos hipótesis se encontró que para la primera no existe evidencia de que haya relación alguna, sin embargo para la segunda si se dio una correlación significativa al 0.01 de 0.607, lo cual señala que la recuperación de conocimiento guardado en la mente de los miembros del equipo, que a su vez ayuda a generar nuevas ideas, influye significativamente en que el diseño final generado por el equipo de trabajo sea apropiado para solucionar el problema que el cliente presenta, aunque no necesariamente influye en que ese mismo diseño sea realmente original.

Por otra parte la $H_{2,3}$ manifiesta que los factores sociales o de composición del grupo, tienen una relación positiva con el grado de originalidad de los diseños finales y la $H_{2,4}$ que los factores sociales tienen una relación positiva con el grado de funcionalidad de los diseños finales. Con estas dos hipótesis sucedió algo similar que con las anteriores, ya que la diferencia en experiencias, conocimientos y características del grupo no influye en la originalidad del producto final, pero si en la funcionalidad, ya que se puede observar una correlación de 0.464, con un nivel de significancia de 0.01.

Por último la $H_{2,5}$ declara que los factores motivacionales tienen una relación positiva con el grado de originalidad de los diseños finales y la $H_{2,6}$ que los factores motivacionales tienen una relación positiva con el grado de funcionalidad de los diseños finales. Aquí queda evidenciado que casi no existe relación entre estas variables, ya que en la $H_{2,5}$ no existe correlación y en la $H_{2,6}$ la correlación es muy baja (0.348).

4. Conclusiones

Al comienzo de este trabajo se mencionaron los objetivos principales y con base en ellos se realizó la revisión de la literatura pertinente, lo cual permitió plantear las hipótesis de investigación y desarrollar el modelo hipotético correspondiente.

El marco teórico presentado ayudó a plantear el propósito de la investigación que es básicamente determinar el grado de originalidad y funcionalidad de los resultados producidos por un grupo de trabajo, que desarrolla ciertos procesos creativos, que a su vez son afectados por las conductas de su líder, usando la taxonomía de Yukl.

Se diseñó también el instrumento de medición de los datos y para mostrar la consistencia interna de los constructos, se realizaron estimaciones del alfa de Cronbach, las cuales se situaron en un rango de 0.622 y 0.913, estando la mayoría por encima del 0.7, lo cual es importante para asegurar que los datos obtenidos pueden ser replicables.

Posteriormente, se analizó la matriz de correlación para establecer las posibles relaciones entre variables y aunque los datos definitivamente no son concluyentes, brindan un panorama que permitirá ajustar mejor el modelo conceptual e hipotético cuando se obtengan datos de una muestra mayor.

Gracias a este trabajo exploratorio, se podrá realizar el rediseño del modelo conceptual e hipotético para futuras investigaciones, así como el replanteamiento de los ítems que forman el constructo originalidad del producto final, ya que a diferencia de la teoría, no se encontró relación alguna con los procesos de grupo.

Referencias

- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of management journal* , 39 (5), 1154-1184.
- Amabile T. M.. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research Organization Behavior*. 10, 123-67
- Amabile, T., & Khaire, M. (2008). Creativity and Role of the Leader. *Harvard Business Review* , 100-109.
- Amabile, T., Schatzel, E., Moneta, G., & Kramer, S. (2004). Leader behaviors and the work environment for creativity: Perceived leader support. *The Leadership Quarterly* , 15, 5-33.
- Baruah, J., & Paulus, P. (2009). Creativity in Groups. *Research on Managing Groups and Teams* , 12, 29-56.
- Bissola, R., & Imperatori, B. (2011). Organizing individual and collective creativity: Flying in the face of creativity clichés. *Creativity and Innovation Management* , 20 (2), 77-89.
- Loewenthal, K. M. (1996). *An introduction to psychological tests and scales*. London: UCL Press Limited.
- Mathisen, G. E., Einarsen, S., & Mykletun, R. (2012). Creative leaders promote creative organizations. *International Journal of Manpower* , 33 (4), 367-382.
- Nunnally, Jum C. & Berstein, Ira H. (1994). *Psychometric Theory*. New York:Mc Graw Hill
- Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). Employee creativity: Personal and contextual factors at work. *Academy of management journal* , 39 (3), 607-634.
- Paulus, P. (2000). Groups, Teams, and Creativity: The Creative Potential of Idea-generating Groups. *Applied Psychology: An International Review* , 49 (2), 237-262.
- Paulus, P., & Brown, V. (2007). Toward More Creative and Innovative Group Idea Generation: A Cognitive-Social-Motivational Perspective of Brainstorming. *Social and Personality Psychology Compass* , 1 (1), 248-265.
- Runco, M. A., & Pritzker , S. (1999). *Encyclopaedia of Creativity* (Vol. 2). California & London: Academic Press.
- Shin, K. S., & Zhou, J. (2007). When Is Educational Specialization Heterogeneity Related to Creativity in Research and Development Teams? Transformational Leadership as a Moderator. *Journal of Applied Psychology* , 92 (6), 1709-1721.

- Taggar, S. (2002). Individual creativity and group ability to utilize individual creative resources: A multilevel model. *Academy of management Journal* , 45 (2), 315-330.
- Wang, G., Dou, W., Li, H., & Zhou, N. (2013). Advertiser Risk Taking, Campaign Originality, and Campaign Performance. *Journal of Advertising* , 42 (1), 42–53.
- Woodman, R., Sawyer, J., & Griffin, R. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review* , 293-321.
- Yukl, G. (2012). Effective Leadership Behavior: What We Know and What Questions Need More Attention. *Academy of Management Perspectives* , 26 (4), 66-85.



ESTUDIO CONCEPTUAL DE LAS HABILIDADES GERENCIALES Y EL PROCESO ADMINISTRATIVO DE LAS PYMES DEDICADAS AL COMERCIO POR MAYOR UBICADAS EN CIUDAD OBREGÓN SONORA

Autores:

M.A.A. Daniel Paredes Zempual.

Institución de adscripción: Universidad Estatal de Sonora

Correo electrónico: dparedes8@hotmail.com

Dirección: Universidad estatal de sonora, Unidad Académica Benito Juárez, Fraternidad S/N

Nacionalidad: Mexicano.

DR. Joel Mendoza Gómez.

Institución de adscripción: Universidad Autónoma de Nuevo León

Dirección: Facultad de Contaduría Pública y Administración, UANL. Edificio Posgrado y (CEDEEM), Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México Código

Postal 66451, Teléfono y Fax (81)1340-4430.

Correo electrónico: joelmendoza@gmail.com

Nacionalidad: Mexicano.

Fecha de envío: 18/Abril/2015

Fecha de aceptación: 13/Mayo/2015

RESUMEN

Las PyMEs a nivel mundial son pilares de la economía de cada país, por lo tanto derivado de una revisión documental hasta el momento se han detectado distintas problemáticas en ellas que causan su desaparición del mercado, una de ellas es que los gerentes no aplican las habilidades gerenciales en sus procesos organizacionales, por ello esta investigación tiene como objetivo medir la aplicación de las habilidades gerenciales y el proceso administrativo de una manera teórica como una estrategia de buen funcionamiento. Esta investigación es un avance teórico y con ello se pretende posteriormente obtener resultados cuantitativos para concientizar a los gerentes de las PyMEs de la importancia de las habilidades gerenciales que deben tener los recursos humanos en los procesos organizaciones e informar a los destinatarios del aprendizaje.

PALABRAS CLAVES: Habilidades gerenciales, Proceso administrativo, Pymes, Obregón.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se muestra el avance de tesis doctoral donde hasta el momento se ha realizado el estudio conceptual que está basado en la revisión del estado del arte del tema las habilidades gerenciales del capital humano en las PyMEs dedicadas al comercio por mayor ubicadas en Ciudad Obregón Sonora, como estrategia en el funcionamiento su proceso administrativo.

Por otro lado se construyó marco teórico está conformado por el contexto, los antecedentes teóricos, los factores que influyen en el mismo, sus antecedentes teóricos generales del tema y el fenómeno a estudiar así como el marco general de referencia de cada variable, sus definiciones y la relación que existe entre cada uno de ellas.

También se muestran avances de algunos puntos desarrollados como lo es el propósito del estudio, su unidad de análisis, la pregunta de investigación, el objetivo de la investigación, las brechas y deficiencias teórica su justificación y viabilidad, el tipo de estudio, su universo de estudio, población, muestreo y la operacionalización de variables. Por ultimo como resultados de la investigación se obtuvieron el modelo gráfico propuesto, hipótesis y sus referencias preliminares.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Contexto del fenómeno a estudiar.

1.1.1. La administración en las Pymes.

Torres y Mejía (2006), argumentan que la administración en las PyMEs es una actividad de coordinación de recursos, se diferencia de la gerencia porque es de carácter operativo en las organizaciones, en tanto la gerencia es de carácter directivo o estratégico y está conformada por

un proceso administrativo cuya aplicación se encuentra en la definición de las actividades, tanto en sus niveles gerenciales como en los operativos.

1.1.2. Clasificación de las PyMEs en México.

Las micro, pequeñas y medianas empresas legalmente constituidas establecidas por la Secretaría de Gobernación de México muestran que la estratificación de las micro empresas son hasta 10 empleados, pequeñas de 11 a 30 empleados y mediana de 31 hasta 250 empleados, esta segmentación fue publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 28 de Diciembre del 2013.

1.2. Antecedentes teóricos del fenómeno a estudiar.

1.2.1. Las PyMEs a nivel internacional.

En China, según Zhang y Okoroaf (2014), las PyMEs en los noventa China tenía un millón de PyMEs del sector privado y este número aumentó a 400 millones en el año de 2012, de las cuales aproximadamente 5 millones son exportadoras.

1.2.2. Las PyMEs a nivel nacional.

Este trabajo empírico realizado con las PyMEs de México, halló como evidencia respecto de la relación entre la planeación estratégica y el éxito competitivo y establece que las PyMEs no deben caer en el error de actuar por puro impulso, la planeación permite visualizar un futuro deseable a largo plazo y esta visión debe representar el motor que guie las actividades de la empresa. La fijación de objetivos, la determinación de estrategia y las acciones para lograrlos son necesarias para la eficacia y eficiencia (Bárceñas, De Lema, y Trejo 2009).

1.2.3. Las PyMEs a nivel estatal.

En Ciudad Obregón las PyMEs necesitan incrementar la competitividad, fomentar la modernización, crear fuentes permanentes de empleo, aumentar la oferta de bienes de consumo, contribuir a la preservación ecológica, fomentar la capacidad de investigación y desarrollo tecnológicos (Chávez, Celaya, Álvarez, y González Et al. 2009).

1.3. El fenómeno a estudiar

1.3.1. El proceso administrativo.

El proceso administrativo presenta características que no solo se ciernen sobre los elementos técnicos, tecnológicos y operativos de la acción administrar, implica otros elementos de carácter humano, social, cultural, económico, geográfico, que afectan lo que se administra y quienes son afectados por esa labor como lo son los empleados, es de vital importante su eficiente aplicación para el buen desempeño de una organización (Cortés, 2013).

1.3.1.1. Planeación.

Según Aguilar (2000), la planeación en una organización constituye uno de los elementos centrales de su proceso de toma de decisiones para la elección de la mejor alternativa y la asignación óptima de los recursos económicos, también es importante tomar en cuenta la planeación estratégica, a diferencia de la planeación tradicional, contempla no solo el corto y el largo plazo, sino que hace énfasis en respuestas lógicas a necesidades de un futuro incierto, complejo y cambiante, la planeación busca prever los eventos futuros, y con ello, la posibilidad de describir el futuro de las decisiones actuales.

1.3.1.2. Organización.

En las PyMEs las organizaciones deben desarrollar las competencias básicas, que les dará una ventaja competitiva sobre sus competidores en el cumplimiento de los rápidos cambios

exigencias del mercado, las empresas son capaces de construir continuamente nuevos activos estratégicos más rápido y más barato que los de sus competidores, va a crear ventajas competitivas a largo plazo, aquí las competencias básicas tienen un papel fundamental que desempeñar (Singh, Garg, y Deshmukh, 2008).

1.3.1.3. Integración.

Fernández y Revilla (2010), comenta que el desarrollo de las capacidades dinámicas en las PyMEs juega un papel esencial la dirección de la empresa, puesto que es ella la que toma las decisiones clave sobre la integración y combinación de los recursos, esto nos remite otra vez al papel clave del empresario dentro del conjunto de recursos de la empresa, las Pymes pueden encontrarse en una posición ventajosa por sus propias características organizativas como son el empleo de estructuras flexibles y poco definidas, la existencia de comunicaciones fluidas, tanto internas como externas, muchas veces de carácter informal, esto ayuda a poder estructurar una buena integración de recursos.

1.3.1.4. Dirección.

Cortés y Sáez (2007), argumentan que últimamente la función directiva de las PyMEs ha experimentado un cambio de orientación, evolucionando del control y la supervisión directa a un estilo de dirección que fomenta la confianza, el empowerment y el reconocimiento de los empleados como los activos más importantes de las empresas, los directivos no sólo del área de recursos humanos, deberán promover el aprendizaje con el objetivo de generar conocimiento que permita crear valor y ventajas competitivas.

1.3.1.5. Control.

El control organizacional según Ruiz y Hernández (2007) es un proceso basado en la capacidad de influencia sobre las personas, trata de asegurar que el desempeño de los individuos se oriente a los objetivos fijados por la organización.

1.4. Los factores que influyen en el mismo.

1.4.1. Habilidades gerenciales.

Tabla 1.- Clasificación de las habilidades directivas por Mosley, Megginson, Pietri Et al (2005).

1.1. Managerials levels 1.2. Niveles administrativos	1.3. Top management	1.4. Alta administración
	1.5. Middle management	1.6. Gerencia intermedia
1.7. Non managerial levels 1.8. Niveles no administrativos	1.9. Supervisore management	1.12. Supervisor de administración
	1.10. Firts line management	1.13. Supervisor de línea
	1.11. Team leader	1.14. Líder de equipo
	1.15. Operative employees	1.16. Empleados operativos

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2.- Modelo de habilidades directivas esenciales de Whetten y Cameron (2005)

1.17. Personales	1.18. Interpersonales	1.19. Grupales
1.20. Desarrollo del autoconocimiento	1.21. Facultadamiento y delegación	1.22. Manejo de conflictos
1.23. Manejo del estrés	1.24. Dirección hacia el cambio positivo	1.25. Motivación de empelados
1.26. Solución analítica y creativa de problemas	1.27. Formación de equipos eficaces	1.28. Comunicación de apoyo
		1.29. Ganar poder e influencia

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.- Modelo de habilidades directivas centrales de Griffin y Van Fleet (2013).

1.30. Personales	1.31. Interpersonales	1.32. Grupales
1.33.	1.40. Technical Skills	1.42. Management functions
1.34.	1.41. Habilidades técnicas	
1.35.	1.45. Interpersonal Skills	

<p>1.36. 1.37. Managerial behavior and actions 1.38. 1.39. Comportamiento y las acciones de gestión</p>	<p>1.46. Habilidades interpersonales</p>	<p>1.44. Funciones administrativas</p>
	<p>1.47. Conceptual Skills</p>	<p>1.49. 1.50. Persona, team, unit and organizational success 1.51. Persona, el equipo, la unidad y el éxito organizacional</p>
	<p>1.48. Habilidades conceptuales</p>	
	<p>1.52. Diagnostic Skills</p>	
	<p>1.53. Habilidades de diagnóstico</p>	<p>1.58. 1.59. Management roles 1.60. Roles administrativos</p>
	<p>1.54. Comunicación Skills</p>	
<p>1.55. Habilidades de comunicación</p>		
<p>1.56. Decision making Skills</p>	<p>1.57. Habilidades de toma de decisiones</p>	
<p>1.61. Time management Skills</p>		
<p>1.62. Habilidades de administración del tiempo</p>		

Fuente: Elaboración propia.

1.5. Antecedentes teóricos generales del tema.

1.5.1. Factores de éxito en las PyMEs

Derivado de un estudio realizado por Girón, León y Hernández (2007), denominado factores de éxito de las pymes de giro de artesanías en México establece que del análisis de correlación bivariada, que se presenta permitió seleccionar las medidas de éxito que tienen el mayor número de índices de correlación significativos con los factores de éxito que en este caso son la satisfacción con el negocio, ingresos en ventas, crecimiento y tamaño del negocio. Por otro lado en una investigación realizada por Aragón y Rubio (2005), argumentan las PyMEs de éxito se caracterizan por una clara orientación hacia el cliente y el mercado al resaltar la importancia de las capacidades de marketing; también se pone de manifiesto la importancia que tiene la gestión y dirección de los recursos humanos, también deben prestar gran atención a aquellas prácticas que

favorezcan el desarrollo del capital humano y que permitan gestionar correctamente el conocimiento organizativo.

1.5.2. Factores de fracaso en la PyMEs.

En un estudio realizado por Montaña, Navarro y Cardoso (2009), con el principal objetivo de la identificación inicial de diferentes síndromes conducentes al fracaso empresarial, se realizó analizando caso por caso un conjunto de PyMEs fracasadas en busca de las causas concretas ya que consideramos que en la coyuntura económica actual resulta de vital importancia contar con mecanismos para la detección temprana del fracaso en estas empresas y como resultado se identifican tres procesos sustancialmente distintos en la forma en que se genera la situación de fracaso y en las variables que permiten un diagnóstico como el agujero negro que son empresas con fondos negativos, las de crecimiento fracasado y las de revés que son las empresas que son poco rentables.

1.6. Variables dependientes. (Procesos administrativos)

1.6.1. Marco general de referencia de cada variable.

En un estudio realizado con la ciudad de Hermosillo denominado la gestión del conocimiento como factor de competitividad en una de sus etapas determinan que el proceso clave de administración es la identificación adquisición, desarrollo, diseminación, utilización y retención del conocimiento para la eficacia en las PyMEs (Ochoa, Parada y Verdugo, 2014).

1.6.2. Definiciones. (Qué)

El proceso gerencial o administrativo constituye un sistema formado por elementos internos que al interactuar logran fusionar y activar las energías organizacionales hacia el alcance institucional

de metas y objetivos de una organización (Román, De Pelekais y Pelekais, 2010).

1.6.3. Relaciones entre las variables en estudios empíricos. (Cómo)

Las organizaciones tienen una gran trascendencia dentro del sistema económico mexicano y son organizaciones estratégicas por las particularidades que tienen, en especial como detonantes del desarrollo local, por lo tanto el proceso administrativo como parte de la gestión directiva es una tarea clave que permite hacer frente a las nuevas condiciones del entorno competitivo y a los procesos de crecimiento por los que atraviesan, atendiendo tanto su especificidad social como la económica, la dirección de la organización cooperativa adolece de un modelo de gestión que resuelva los problemas internos, como podrían ser los que presenta la función directiva y el proceso administrativo (Torres y Contreras, 2013).

1.7. Variables independientes. (Habilidades gerenciales)

1.7.1. Marco general de referencia de cada variable.

Ferrer y Clemenza (2013), en su estudio habilidades gerenciales como fundamento de la estrategia competitiva, establecen que la calidad, el talento humano y las finanzas aunadas a su capacidad de manejar habilidades gerenciales, marcan las condiciones que desarrollan sus competencias distintivas, para asumir con renovado carisma el éxito organizacional por ello es importante las habilidades gerenciales influyan en cada pyme porque ellas están definidas por la combinación de recursos y capacidades distintivas y por la posibilidad de creación de valor, condición que la diferencia para catalogarla como competitiva.

1.7.2. Definiciones. (Qué)

Existen diferentes clasificaciones y agrupaciones que reciben las habilidades en los diferentes modelos propuestos anteriormente, Pereda, López y González (2014) en su investigación las habilidades directivas como ventaja competitiva mencionan que se puede incluir en esta

habilidades la optimización de recursos, el desarrollo de personas, el coaching, la gestión del talento y el liderazgo entendido como un proceso de influir en las personas y apoyarlas para que trabajen con entusiasmo en el logro de objetivos comunes.

1.7.3. Relaciones entre las variables en estudios empíricos (Cómo).

En una estudio empírico realizado por Aburto y Bonales (2011) denominado habilidades directivas, determinantes en el clima organizacional concluye que a menores habilidades directivas de liderazgo, comunicación, motivación, manejo del conflicto y formación de equipos; mayor clima organizacional insatisfactorio dentro de las pymes por ello es importante poner énfasis en la capacitación y desarrollo del personal directivo ara que adquiera estas competencias.

2. MÉTODO DEL ESTUDIO

2.1. Propósito del estudio.

El presente estudio pretende analizar la relación que existe entre las habilidades gerenciales y el proceso administrativo de los gerentes de las PyMEs ubicadas en Ciudad Obregón Sonora, esto con el objetivo de determinar la tendencia de los gerentes al momento de desempeñar sus labores cotidianas y establecer el nivel del relación que existen entre estas dos variables. Una vez realizado el estudio, se analizará la información de manera que los gerentes tengan una visión de la relación que existe entre estas dos variables y la importancia de desarrollarlas a la para tanto individualmente como organizacionalmente.

2.2. Unidad de análisis

Esta investigación se analizara los mandos medios, directivos o gerentes de las PyMEs del comercio al por mayor con un rango de hasta 11 a 30 empleados ubicadas en Ciudad Obregón de

la región Sur del estado de Sonora, donde actualmente la PyME representa el 91.97% de las unidades empresariales.

2.3. Pregunta de investigación.

¿Están relacionadas las habilidades gerenciales en el capital humano de las PyMEs dedicadas al comercio al por mayor ubicadas en Cd. Obregón Sonora con el funcionamiento de su proceso administrativo?

2.4. Objetivo de la investigación.

Determinar mediante una investigación si están relacionadas las habilidades gerenciales del capital humano de las PyMEs dedicadas al comercio al por mayor en Cd. Obregón Sonora con funcionamiento de sus procesos administrativos.

2.5. Brechas y deficiencias teóricas

El trabajo administrativo presenta características que no solo se ciernen sobre los elementos técnicos, tecnológicos y operativos de la acción (administrar), implica otros elementos de carácter humano, social, cultural, económico, geográfico, que afectan lo que se administra y quienes son afectados por esa labor (los empleados), por lo tanto concluye que se demanda más investigación y sistematización acerca del trabajo administrativo en pequeñas empresas (Cortés, A. 2013).

Por otro lado Robles, De la Garza y Medina (2008), argumentan en su investigación que las pequeñas y medianas empresas constituyen un campo de investigación desconocido en la administración en algunas temáticas de importancia como lo son los habilidades gerenciales que puedes ser varias, los estudios suelen orientarse en su gran mayoría suelen enfocarse a grandes empresas, por lo tanto es importante realizar más investigaciones en este sector.

Hasta el momento se ha estudiado muy poco la aplicación de las habilidades gerenciales en los procesos administrativos de las PyMEs del comercio al por mayor en Sonora, se han encontrado algunas investigaciones de diferentes temas con respecto a este sector.

2.6. Justificación y viabilidad.

De lo antes expuesto nace la inquietud de realizar una investigación en este tema, ya que se detecta un área de oportunidad para el desarrollo de una disertación y particularmente en el sector PyMEs de Ciudad Obregón. Para poder realizar la investigación se obtendrá información actualizada de los mandos medios de las PyMEs que beneficiara a los destinatarios de aprendizaje que son los directivos, empresarios, cámaras de comercio, estudiantes y otros.

2.7. Tipo de estudio

El tipo de investigación que se realizara cualitativo hasta el momento ya que se especifica las características y habilidades de los gerentes dentro de sus procesos administrativos, a futuro se pretende que sea correlacional ya que tiene como propósito evaluar la relación que existe entre las variables, por otro lado el enfoque de la investigación será cuantitativa debido a que se generaran hipótesis mediante las variables dependientes e independientes planteadas antes de recolectar los datos. El diseño de la investigación será no experimental y de tipo exploratoria debido a que se realizara de manera transversal porque el fenómeno se estudiara en un momento del tiempo, es decir una fecha determinada del calendario y con un diseño estructurado ya que estarán planeadas las actividades. Por ultimo será de tipo social y fenomenológica debido a que abordara un problema que en este caso se detecta la permanecía de las PyMEs.

2.8. Universo de estudio, población y muestreo.

El universo de estudio de esta investigación serán las PyMEs ubicadas en Ciudad Obregón Sonora, se seleccionó la población del sector del comercio al por mayor con un rango de 11 a 30 trabajadores tomando en cuenta que a partir de 10 empleados lógicamente en una PyME debe de haber una un directivo, esta investigación se analizaran los mandos medios, directivos o gerentes de las PyMEs, basado en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) que presenta 232 PyMEs de comercio al por mayor con un rango de 11 hasta 30 empleados de las PyMEs de Ciudad Obregón, este último directorio es que se tomara para población a analizar. El tipo de muestreo será probabilístico ya que mediante el cálculo de la muestra arroja que se analizaran a 145 gerentes o directivos de las PyMEs.

2.9. Operacionalización de variables.

Las variables independientes “X” (Causa) a analizar serán las habilidades gerenciales que estarán representadas por la capacidad del manejo del estrés, la solución de problemas, la innovación, motivación y el liderazgo. Las variables dependientes “Y” (Efecto) a analizar será los procesos administrativos que estarán representadas por la planeación, la organización, la integración, la dirección y el control como se establece en la tabla 4.

Tabla 4: Cuadro de operacionalización de variables.

1.63. Variable	1.64. Descripción	1.65. Definición
1.66. Las variables independientes “X” (Causa) Habilidades gerenciales		
1.67. Manejo del estrés	1.68. Esta variable se refiere al manejo del estrés en su trabajo dentro de labores cotidianas.	1.69. En una investigación realizada se percibió que existe suficiente evidencia para afirmar que por lo general los directivos de las organizaciones generan el estrés en el personal, mostrando las siguientes actitudes como mostrar conductas pocas consistente, no prestar apoyo, demostrar

		<p>poca preocupación por ellos, Impartir una dirección inadecuada, crear exigencias de alta productividad y dirigir su atención a aspectos (Torres, 2010).</p>
<p>1.70. Solución de problemas</p>	<p>1.71. Esta variable verificara a la capacidad para solucionar problemas que se presentan en el día a día de su trabajo.</p>	<p>1.72. Sánchez, Varas, Pérez, Et al. (2010) establece que cuando las empresas desean tornarse competitivas, para maximizar sus resultados, deben desarrollar una estrategia de cómo lograrlo. Dicha estrategia debe ser certera en intervenir en la solución de los problemas que afectan fundamentalmente las variables de la competitividad, respondiendo a la función primordial de una empresa que es maximizar los resultados, mientras se satisface una demanda.</p>
<p>1.73. Innovación</p>	<p>1.74. Esta variable medirá las innovaciones implementadas por el gerente.</p>	<p>1.75. La habilidad gerencial de innovación hay que entenderla por sí sola ya que no garantiza necesariamente, que se alcance la competitividad, se deben establecer metodologías y estrategias definidas para poder innovar, la innovación es como una lámpara, si no podemos introducirnos en una profunda caverna oscura si no sabemos si nuestra lámpara será lo suficientemente potente para iluminar todo el panorama, entonces si no se planea adecuadamente la innovación puede conducir a un fracaso, por tanto debe evaluarse el riesgo que la innovación conlleva (Zapata, 2014).</p>

<p>1.76. Motivación</p>	<p>1.77. Esta variable se refiere la influencia que tiene el gerente con sus subordinados.</p>	<p>1.78. En su estudio muestra resultados obtenidos al analizar las correlaciones entre las variables estudiadas muestran que las habilidades comunicativas de los mandos favorecen directa y positivamente sobre la motivación, como se ha demostrado, es decir, un directivo a que es hábil en su comunicación favorece de forma significativa que sus colaboradores consideren de forma positiva su puesto de trabajo, puesto que son positivas las vivencias y percepciones que de éste obtienen, por ello es importante mantener motivado al trabajador (Ramis, Manassero, Ferrer, Et al 2007).</p>
<p>1.79. Liderazgo</p>	<p>1.80. Esta variable se refiere la influencia que tiene el gerente con sus subordinados.</p>	<p>1.81. Como resultado de su estudio de liderazgo Aslan, Diken y Sendogdu (2011), obtuvieron que el liderazgo transformacional afecta liderazgo visionario e influye en la capacidad de innovación. También establecen que hay tres áreas de liderazgo en la organización, estos son medio ambiente, estrategia y organización.</p>
<p>1.82. Las variables independientes “Y” (Efecto) Proceso administrativo</p>		
<p>1.83. Planeación</p>	<p>1.84. Esta variable medirá en qué medida aplica la planeación el gerente.</p>	<p>1.85. Según Aguilar (2000), la planeación en una organización constituye uno de los elementos centrales de su proceso de toma de decisiones para la elección de la mejor alternativa y la asignación óptima de los recursos económicos, también es importante tomar en cuenta la planeación estratégica, a diferencia de la planeación tradicional, contempla no solo el corto y el largo plazo, sino que hace énfasis en</p>

		<p>respuestas lógicas a necesidades de un futuro incierto, complejo y cambiante, la planeación busca prever los eventos futuros, y con ello, la posibilidad de describir el futuro de las decisiones actuales.</p>
1.86. Organización	1.87. Esta variable medirá en qué medida aplica la organización el gerente.	<p>En las PyMEs las organizaciones deben desarrollar las competencias básicas, que les dará una ventaja competitiva sobre sus competidores en el cumplimiento de los rápidos cambios exigencias del mercado, las empresas son capaces de construir continuamente nuevos activos estratégicos más rápido y más barato que los de sus competidores, va a crear ventajas competitivas a largo plazo, aquí las competencias básicas tienen un papel fundamental que desempeñar (Singh, Garg, y Deshmukh, 2008).</p>
1.88. Integración	1.89. Esta variable medirá en qué medida aplica la integración el gerente.	<p>1.90. Fernández y Revilla (2010), comenta que el desarrollo de las capacidades dinámicas en las PyMEs juega un papel esencial la dirección de la empresa, puesto que es ella la que toma las decisiones clave sobre la integración y combinación de los recursos, esto nos remite otra vez al papel clave del empresario dentro del conjunto de recursos de la empresa, las Pymes pueden encontrarse en una posición ventajosa por sus propias características organizativas como son el empleo de estructuras flexibles y poco definidas, la existencia de comunicaciones fluidas, tanto internas como externas, muchas veces de carácter informal, esto ayuda a poder estructura una buena integración de recursos.</p>
1.91. Dirección	1.92. Esta variable medirá en qué medida aplica la dirección el gerente.	<p>1.93. Cortés y Sáez (2007), argumentan que últimamente la función directiva de las PyMEs ha experimentado un cambio de orientación, evolucionando del control y la</p>

		supervisión directa a un estilo de dirección que fomenta la confianza, el empowerment y el reconocimiento de los empleados como los activos más importantes de las empresas, los directivos no sólo del área de recursos humanos, deberán promover el aprendizaje con el objetivo de generar conocimiento que permita crear valor y ventajas competitivas.
1.94. Control	1.95. Esta variable medirá en qué medida aplica el control el gerente.	1.96. El control organizacional según Ruiz y Hernández,(2007), es un proceso basado en la capacidad de influencia sobre las personas, trata de asegurar que el desempeño de los individuos se oriente a los objetivos fijados por la organización.

Fuente: Elaboración propia

3. RESULTADOS:

3.1. Modelo gráfico

A continuación se describe como resultado de la revisión del estudio conceptual el modelo gráfico propuesto para la investigación donde interviene las variables independientes y dependientes.

Tabla 5: Modelo gráfico propuesto.

VARIABLE INDEPENDIENTE “X” (Causa)	VARIABLE DEPENDIENTE “Y” (Efecto)
Habilidades gerenciales.	Procesos Administrativos de la PyMEs.
Manejo del estrés Solución de problemas Innovación Motivación Liderazgo	Planeación Organización Dirección Control

Fuente: Elaboración propia

3.2. Hipótesis.

HA (Hipótesis Alternativa): La habilidades gerenciales del capital humanos en las PyMEs de comercio al por mayor ubicadas en Ciudad Obregón Sonora, están relacionado buen funcionamiento de sus procesos organizacionales.

HA (Hipótesis Nula): La habilidades gerenciales del capital humanos en las PyMEs de comercio al por mayor ubicadas en Ciudad Obregón Sonora, no están relacionado buen funcionamiento de sus proceso administrativo.

CONCLUSIÓN

Analizando las variables dependientes e independientes que están involucradas en esta revisión de literatura de las PyMEs, el capital humano que está representado en esta investigación por el gerente y podemos establecer que es vital esta función en las empresas de este sector.

Definitivamente el capital humano a nivel de mandos medios de las PyMEs deben de contar con habilidades gerenciales o directivas, ya que ellos se encargan de articular y administrar los recursos necesarios para que funcionen los procesos dentro de las organizaciones, para ello se necesita que los administradores que empleen el proceso administrativo, en consecuencia y derivado de la revisión y construcción del marco teórico podemos concluir que existe una relación entre el fenómeno de las habilidades gerenciales y el proceso administrativo, es de gran importancia poder establecer la conexión que existe de esto sucesos en las PyMEs. Como conclusión se desprenden variables importantes dentro de las habilidades gerenciales como lo son el manejo del estrés, la solución de problemas, la innovación, la motivación y el liderazgo que son puntos clave en el manejo de la organización, por otro lado se detecta la variable del proceso administrativo que resulta también derivado del análisis realizado de los diferentes autores y emanan las variables de planeación, la organización, la integración, la dirección y el control. Por último con el análisis realizado hasta el momento concluimos con una propuesta de un modelo gráfico que nos permitirá analizar la relación que existe entre las dos variables dentro de las PyMEs.

BIBLIOGRAFIA.

- Aburto, H. y Bonales, J. (2011). Habilidades directivas: Determinantes en el clima organizacional. *Investigación y Ciencia: de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*, (51), 41-49.
- Aguilar, C. (2000). La necesidad de la planeación estratégica en las organizaciones industriales modernas. *Temas deficiencia y tecnología*, 4(11).
- Aragón, A. y Rubio, A. (2005). Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las pymes del estado de Veracruz. *Contaduría y Administración: Revista Internacional*, (216).

- Aslan, S., Diken, A., y Şendogdu, A. (2011). Investigation of the effects of strategic leadership on strategic change and innovativeness of SMEs in a perceived environmental uncertainty. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 627-642.
- Bárceñas, R., de Lema, D. y Trejo, V. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(46).
- Chávez, M., Celaya, R., Álvarez, M. y González, N. Et al. (2009). Planeación estratégica como apoyo a la supervivencia y desarrollo de las PyMEs. Instituto Tecnológico de Sonora. Área de finanzas y negocios. México.
- Cortés, E. C. y Sáez, P. Z. (2007). La dirección de recursos humanos en organizaciones inteligentes. Una evidencia empírica desde la dirección del conocimiento. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 13(2), 55-73.
- Cortés, J. A. (2013). Más allá del proceso administrativo: El caso de la empresa SAIT. *Revista Internacional de Investigación y Aplicación del Método de Casos*, 25, 4.
- Diario Oficial de la Federación. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. (2013). Recuperado el 15 de Junio del 2014 en:
http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328349&fecha=28/12/2013
- Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Recuperado el 26de Noviembre del 2014 en:
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>
- Ferrer, J. y Clemenza, C. (2006). Habilidades gerenciales como fundamento de la estrategia competitiva en los sectores de actividad metalmecánica Venezolana. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*. Universidad de Nariño. Vol. VII. No.1. Páginas 81 - 100. Venezuela.

- Fernández, Z., y Revilla, A. (2010). Hacer de la necesidad virtud: los recursos de las pymes. *Economía industrial*, 375, 53-64.
- Girón, J. León y Hernández, M. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Estudios gerenciales*, 23(104), 77-99.
- Griffin, R., y Van Fleet, D. (2013). *Management Skills: Assessment and Development*. Cengage Learning.
- Montaño, J, Navarro, C. y Cardoso, S. (2009). Procesos de fracaso empresarial en PYMES. Identificación y contrastación empírica. *Revista Internacional de la pequeña y mediana empresa*, 1(2), 64-77.
- Mosley, D., Megginson, L., Pietri, P. Et al. (2005). *Supervisión: la práctica del empowerment, desarrollo de equipos de trabajo y su motivación (Vol. 6)*. Thomson.
- Ochoa, J., Parada, E. y Verdugo, M., 2014 (2014). La gestión del conocimiento como factor de competitividad en las pequeñas y medianas empresas. *INCEPTUM Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*, 7(12), 315-336.
- Pereda, F., López, T. y González, F. (2014). Las habilidades directivas como ventaja competitiva. El caso del sector público de la provincia de Córdoba (España). *Intangible Capital*, 10(3), 528-561.
- Ramis, M., Manassero M., Ferrer V., Et al (2007). No es fácil ser un buen jefe/a, influencia de las habilidades comunicativas de la dirección sobre la motivación, la autoeficacia y la satisfacción de sus equipos de trabajo. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 23(2), 161-181.

- Robles, V., De la Garza, M. y Medina, J. (2008). El liderazgo de los gerentes de las Pymes de Tamaulipas, México, mediante el inventario de las prácticas de liderazgo. Cuadernos de Administración, 21(37), 293-310.
- Román, W., De Pelekais, C., y Pelekais, E. (2010). Innovación en el proceso organizacional-clave del éxito gerencial. COEPTUM, 1(1), 62-79.
- Ruiz, C. y Hernández, M. (2007). El control en las organizaciones: un marco de estudio. In Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro (p. 238). Universidad de La Rioja.
- Sánchez, L., Varas, M., Pérez, E. Et al. (2010). Propuesta metodológica de intervención en la cadena de valor de pymes, para mejorar su competitividad. In Anales del Primer Congreso Iberoamericano de Ingeniería de Proyectos, Chile.
- Singh, R., Garg, S. y Deshmukh, S. (2008). Competency and performance analysis of Indian SMEs and large organizations: An exploratory study. Competitiveness Review: An International Business Journal, 18(4), 308-321.
- Torres, J. (2010). Trascendencia de la administración de los recursos humanos para la productividad de la pequeña y mediana empresa y sus procesos asociados (Doctoral dissertation). Instituto Politécnico Nacional.
- Torres, M. y Contreras, M. (2013). Las organizaciones cooperativas: el proceso administrativo como parte de la gestión directiva. Journal of Intercultural Management, 5(1), 51-61.
- Torres, S. y Mejía, V. (2006). Una visión contemporánea del concepto de administración: revisión del contexto colombiano. Pág. 111-133. Colombia.

[Sistema de Información Empresarial Mexicano \(S.I.E.M.\). Recuperado el 26 de Abril del 2014 en: http://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/respuesta.asp?language=0&captcha=1](http://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/respuesta.asp?language=0&captcha=1)

Whetten, D., Cameron, K. (2008). *Developing Management Skills*. Pearson: Prentice Hall.

México.

Zapata, D. (2014). *La innovación” como habilidad gerencial en los procesos de selección para*

líderes de alto impacto en las organizaciones. Universidad Militar Nueva Granada.

Zhang, H., & Okoroafo, S. (2013). *An E-Commerce Key Success Factors Framework for*

Chinese SME Exporters. *International Journal of Economics and Finance*, 6(1), p129.



ESTUDIO CONCEPTUAL DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO DIRECTIVO DE ORGANIZACIONES HORTÍCULAS DEL VALLE DEL YAQUI Y MAYO EN EL SUR DE SONORA.

M.A.D.N. Lizeth Alejandra González Martínez
Universidad Estatal de Sonora, UABJ
Rumorosa 3406, Col. Casa Blanca, C.P. 85134, Cd. Obregón, Sonora
lizgon73@hotmail.com
Mexicana

Dr. Joel Mendoza Gómez
Universidad Autónoma de Nuevo León
San Nicolás de los Garza, N.L., México 66451
joelmendoza@gmail.com
Mexicano

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 13/Mayo/2015

RESUMEN

En este estudio conceptual, se presentan los factores que inciden en el desarrollo directivo en organizaciones hortícolas del valle del Yaqui y Mayo en el sur de Sonora, donde se detecta como problemática, la falta de competencias directivas, ya pudieran no estar llevándose a cabo, lo cual afectaría en un desarrollo sostenible de las empresas.

Actualmente el desempeño directivo, ha modificado acciones que tradicionalmente se llevaban, implementando la creación de valor en las empresas, en la búsqueda de nuevos mercados y en la generación de riqueza para el desarrollo de las mismas, tomando como factores la motivación, competencias directivas, innovación y la diversidad de los mandos gerenciales.

PALABRAS CLAVE: Desarrollo directivo, organizaciones hortícolas, competencias directivas, innovación y diversidad.

INTRODUCCIÓN

En el presente estudio conceptual se investigan los factores que inciden en el desarrollo directivo de organizaciones hortícolas del valle del Yaqui y Mayo en el sur de Sonora, los nuevos retos que enfrenta la administración de las empresas han hecho que la filosofía de la dirección de recursos humanos evolucione gracias a la globalización entre otros factores, dando prioridad a los procesos de formación como una acción para mejorar la eficiencia y productividad dentro de las mismas.

Actualmente la forma de llevar a cabo la administración en las organizaciones ha cambiado, ya que en la era actual del conocimiento conlleva a un actuar diferente de los responsables de la dirección de organizaciones, dejando a un lado a la experiencia de los responsables de la toma de decisiones como una alternativa exclusiva, y haciendo partícipe a las actitudes y aptitudes que los presentes entornos económicos demandan. (Baldwin, Danielson y Wiggenghorn, 1997)

Además, se analiza la importancia de la productividad en el sector agrícola a nivel nacional es relevante, ya que representa el medio por el cual se provee de alimento a la población en general y Sonora se encuentra dentro de los principales estados de la República mexicana que tiene una sobresaliente superficie sembrada, cosechada y producida durante el 2013, según Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2013), descrito en el Censo Agrícola, Ganadero y Forestal de ese mismo año.

Información brindada por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA; SIACON 2010), en México el subsector hortícola aporta

16% del valor de la producción agrícola con sólo el 2.7% de la superficie agrícola y 2.1% de la producción total.

Por lo anterior, surge la necesidad de investigar ¿qué factores ayudan al desarrollo Directivo de organizaciones hortícolas en el Valle del Yaqui y Mayo en el Sur de Sonora?, debido a la dinámica de la demanda de los productos del campo, es necesario contar con directivos con visión, que busquen mercados en el extranjero, ocupados por tener presencia en la región y en otros países la diversidad de los productos que cosechan, con ello, incrementar utilidades, su productividad, con un programa de capacitación constante al personal, y motivándolo para cumplir la misión y objetivos de la organización de mantenerse y ser líder en el mercado dentro del contexto en estudio.

En resumen el objetivo de la investigación es, determinar si la motivación, competencias, innovación y diversidad ayudan al desarrollo directivo de organizaciones hortícolas en el Valle del Yaqui y Mayo en el Sur de Sonora, con ello mantener a estas empresas en una economía sostenible.

MARCO TEÓRICO

El valor que hace la diferencia en las organizaciones hoy en día es el capital humano y los directivos son conscientes de ello, no se puede pensar en operar o dirigir un negocio, sin pensar en el desarrollo profesional de las personas que forman parte de la operación del mismo. Cardona (1999), ve la importancia de poder identificar cuáles son las competencias que se necesitan para formar, desarrollar y evaluar para garantizar el éxito en el desempeño de los subordinados de una empresa.

En la economía global en la actualidad, las empresas buscan con esfuerzo elementos que les ayuden a mejorar la situación competitiva, prestando cada vez más atención a cuestiones relacionadas con recursos humanos viéndolo como su principal capital, necesario para el éxito organizacional, como destacan Núñez-Cacho Utrilla, P., & Grande Torraleja, F. A. (2012).

Por ello, los directivos se están interesando por prácticas innovadoras para que ayuden a desarrollar el capital humano de la empresa, para obtener mejores resultados en el desempeño de personal.

La actualización de normas y la cultura laboral han hecho que la manera de administrar cambie, contratando a personal cada vez más calificado y analizando las competencias adquiridas, tomando en cuenta como un aspecto relevante de los sistemas de recursos humanos el desarrollo de los profesionales Kim & Gao (2010), se puede marcar la diferencia en empresas exitosas contra las no exitosas por su impacto en los resultados de la organización y por su contribución a la flexibilidad en éstas, ya que facilita su adaptación a los cambios del entorno, y hace posible que puedan ser competitivas. (Núñez-Cacho Utrilla, P., & Grande Torraleja, F. A., 2012).

Desarrollo directivo.

Las formas de hacer competencia en este mundo tan cambiante, las organizaciones tienden a tener una baja adaptabilidad a estos cambios tan impredecibles en el mercado, lo cual repercute en la manera de hacer negocio y en la falta de realizar estrategias eficientes para crear ventajas competitivas estables. (Pérez Rodríguez, Y., & Coutín Domínguez, A., 2005)

El generar valor, capacitar y desarrollar las habilidades y técnicas de dirección o mando son de gran importancia, ya que se realizan estrategias a seguir con el fin de alcanzar la máxima eficacia en el rendimiento propio y en el del equipo de trabajo, reflexionando y actualizando conocimientos que potencien las capacidades directivas como factor decisivo de proyección personal y profesional en la administración de las organizaciones.

El conocimiento de los directivos adquiere una gran importancia en relación con la competitividad de las organizaciones, este conocimiento no sólo se encuentra en la mente de las personas, sino también en los procedimientos establecidos en documentos, en el desarrollo y cumplimiento de metas y objetivos, así como toda práctica organizacional que se implemente. (Chinchilla, N., & Lombardía, P. G., 2001)

Los gerentes que solo tienen de respaldo la experiencia adquirida exclusivamente, están siendo reemplazados por administradores capacitados profesionalmente, son los más viables para contratar en la empresa, por lo que es importante tener directivos comprometidos con el continuo aprendizaje, ya que con esto ayudará a cumplir de manera eficiente los objetivos de la empresa.

Con la implementación de los métodos de desarrollo para directivos que existen, las capacidades, conocimientos y competencias se adaptan a los nuevos tiempos, consiguiendo la

flexibilidad de los empleados, al ocupar una gama más amplia de puestos de trabajo y desarrollen un mayor número de funciones dentro de la empresa.

Por lo que las competencias directivas se convierten en una herramienta esencial para asegurar la competitividad de las empresas en la nueva economía global. Cada organización debe definir las competencias que considere necesarias para desarrollar la que se distinga entre las demás, actuando sobre los valores y objetivos de la misma para cumplir así su misión (Cardona, 1999).

Desarrollo de carrera.

Según Núñez-Cacho Utrilla, P., & Grande Torraleja, F. A. (2012) el concepto de desarrollo de carrera ha cambiado, modificando las acciones de hacia nuevas perspectivas, apoyándose en el mentoring que significa, que el gerente sea un supervisor de apoyo, que guía a los empleados, con ello se cambian los paradigmas con la actuación de los empleados, desarrollándolos de manera integral, ayudando a la organización a que los procesos se realicen de manera eficiente gracias a la motivación que le provee el aprendizaje que se obtuvo de su mentor.

Esto implica que los empleados aprendan de sus son más móviles y flexibles y se desplazan dentro de la organización ejerciendo distintos roles, operacionalizando las diferentes funciones que realicen en la vida laboral inmersas en las distintas organizaciones.

Por lo anterior, se presume que el proceso idóneo para perfeccionar los conocimientos, incrementar las competencias y desarrollar el capital humano, es precisamente la capacitación y desarrollo de directivos, para atender de manera proactiva los cambios constantes en el desempeño empresarial, por lo que esta investigación se enfocará al personal directivo.

Motivación.

Tomando en cuenta la literatura investigaciones sobre teorías motivacionales, la que se tomará como base para la investigación será el establecimiento de metas de Locke, ésta propuesta (1968, citado por Payret, E. 1995), destaca el papel motivador de las metas en el comportamiento del individuo. Una meta es cualquier cosa que un individuo se esfuerce por alcanzar.

Hizo una revisión de una serie de modelos causales y teorías que tenían relación con la satisfacción laboral. Posterior a este análisis, concluyó que la satisfacción laboral es el resultado de la apreciación que cada individuo hace de su trabajo que le permite alcanzar o admitir el conocimiento de la importancia de los valores en el trabajo, siendo estos valores congruentes o de ayuda para satisfacer sus necesidades básicas, pudiendo ser éstas necesidades físicas o necesidades psicológicas.

Finalmente Locke, E (1976), conceptualiza motivación como el interés o fuerza intrínseca que se da en relación con algún objetivo que el individuo quiere alcanzar. Es un estado subjetivo que mueve la conducta en una dirección particular.

Se distinguen tres elementos de la motivación:

1. Desde el interior de la persona, la existencia de un deseo o necesidad.
2. Desde el exterior, la existencia de un fin, meta u objetivo, denominado también incentivo, en la medida en que se percibe o advierte como instrumento de satisfacción del deseo o necesidad.
3. Elección de una estrategia de acción condicionada por la valoración de diversas opciones que actuará orientando y limitado la conducta tendiente a procurar el incentivo requerido para su satisfacción.

Entonces, se puede decir que una organización está motivada cuando la dirección de una conducta está encaminada hacia una meta determinada, que ha sido seleccionada de preferencia entre todas las otras metas posibles.

Esta motivación depende en un momento dado, de los valores y motivaciones que el individuo desprende de su grupo de referencia, como también de lo que se le presente en una determinada situación dentro del trabajo.

Es importante lograr identificar a los empleados que se muestren motivados para ejercer funciones de dirección, ya que ellos son los principales agentes para lograr cambios que den valor a la empresa y cumpliendo con los objetivos establecidos. (Monfort, P. I. 2012)

Competencias.

Sánchez y Ruiz (2011) mencionan que una competencia supone la integración de una serie de elementos tales como conocimientos, técnicas, actitudes, procedimientos, valores, que una persona aplica para tomar decisiones en una situación problemática concreta, demostrando que es capaz de resolverla.

Las competencias hacen referencia a las características de personalidad con las que el comportamiento que se genera, se convierte en un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. (Alles M., 2005)

Pereda, Berrocal y López, (2010) definen las competencias que debe reunir la persona que ocupe el puesto de trabajo en una empresa, observando el comportamiento, los cuales deben de cumplir con una serie de elementos como el saber, saber hacer, querer hacer y poder hacer.

Por lo que las competencias, se deberían contemplar como el modo operante para la gestión de los recursos humanos en cierto contexto. Así como poseer una serie de atributos, habilidades y capacidades, complejas e integradas, las cuales son necesarios para la actuación inteligente y eficiente en situaciones específicas dentro del mercado laboral. (Cárdenas & Pérez, 2012)

Modelo de competencias.

Según Alles (2010), lo define como “un conjunto de procesos relacionados con las personas que integran la organización y que tienen como propósito alinearlas en pos de los objetivos organizacionales o empresariales”.

Las competencias que se desarrollan en la organización, deben estar avaladas por una conducta adecuada, ya que reflejan los valores y la misión de la misma, brindando a los directivos herramientas estratégicas para su desarrollo estratégico. (Beltrán Buitrago, N. O., & Urrea Velandia, D. M., 2013).

Toda organización ya sea una entidad pública o empresa privada, todas trabajan por resultados, ya que éstos son evaluados para diversos fines, sobre todo son necesarios para la toma de decisiones que afectan directamente a su sobrevivencia. El único factor común en más de una empresa su talento humano, su capital intelectual, por lo que se puede confirmar que las personas son las que generan la diferencia entre los recursos con que pueda contar la empresa. (Ortiz, Rendón & Atehortúa, 2009).

Innovación.

Se pueden considerar diversas dimensiones y perspectivas en torno a la innovación, como señalan Molina-Castillo y Munuera-Alemán, (2009) “las organizaciones tienden de forma mayoritaria a medir el resultado de la innovación en producto a través de indicadores financieros, así como del grado en que el mercado y el consumidor aceptan el nuevo producto”.

El directivo es el responsable de medir y analizar los resultados de la innovación, ya que tienen la capacidad de influir en la elección y valoración del indicador a utilizar para conocer el impacto que se tuvo al implementarla.

Además se pudiera decir, que la instalación de una cultura para la innovación en una empresa es responsabilidad de todos los integrantes de una organización, así como del contexto donde se desarrolle. Sin embargo, son sus directivos los que tienen en principio, la tarea de promocionarla a través de la definición de valores, misión, visión, políticas, normas y procedimientos que se puedan traducir en una cultura de trabajo de la organización. (González J., García L., Lucero C. y Romero N., 2014).

Según Olvera y Morales (2011) “vivimos en la llamada era de la información, donde el conocimiento es el activo más valioso de la sociedad contemporánea”. Mientras Quatraro (2009), “señala que diferentes escuelas de pensamiento destacan la importancia de la innovación en la construcción de ventajas competitivas regionales”.

Por lo tanto, innovación tiene varias fuentes y puede producirse en diversos ámbitos, ya sea en una empresa u organización o en cualquier grupo social, brindando bienes y servicios, siendo suministradora o productora. De tal manera, que las innovaciones pueden suscitar un impacto económico y a una sociedad en determinado momento. (Echevarría J., 2008).

Diversidad.

“Es una característica que define a las culturas y a las sociedades contemporáneas; es el reconocimiento de lo heterogéneo, la diferencia, la variedad, la desemejanza, la individualidad, la multiculturalidad y la interculturalidad”. (Grisales M., 2011).

Se refiere a la creciente heterogeneidad de las organizaciones con la inclusión de diferentes grupos, en términos de raza, género y etnicidad, ésta diversidad posee implicaciones importantes para la práctica de la gerencia. Los gerentes necesitan cambiar su filosofía de amenazar a todos por igual, para reconocer las diferencias de tal forma que aseguren la retención de sus subordinados, produciendo una mayor productividad y la reducción de la discriminación.

Lo cual lleva a pensar que la diversidad, administrada de forma positiva, incrementa la creatividad y la innovación en las organizaciones, mejora la toma de decisiones ya que brinda diversas perspectivas sobre un problema. En los casos en que no es bien administrada se puede presentar un alto grado de rotación, una difícil comunicación así como una mayor cantidad de conflictos interpersonales, según Amorós (2007).

De tal manera que los conceptos anteriores acerca de la diversidad, se puede determinar la importancia de integrar las diversas características del mundo actual, para comprender la complejidad que se vive dentro de las organizaciones de una forma global.

Educar en la diversidad significa reconocer las diferencias que existen entre personas, desde esta perspectiva, se entiende que lo que puede ser aceptable para personas con determinadas características, puede ser también bueno para todas las persona.

Por lo que pensar en una cultura de la diversidad es un compromiso no sencillo, donde influyen diversos factores personales como la resistencia al cambio e institucionales, viendo a la diversidad como algo conflictivo, por lo que es necesario involucrar éste concepto en la cultura

de la organización y promoverla por parte de los directivos para un mejor desempeño dentro de la misma. (Sallán, J. G., 1998)

MÉTODO

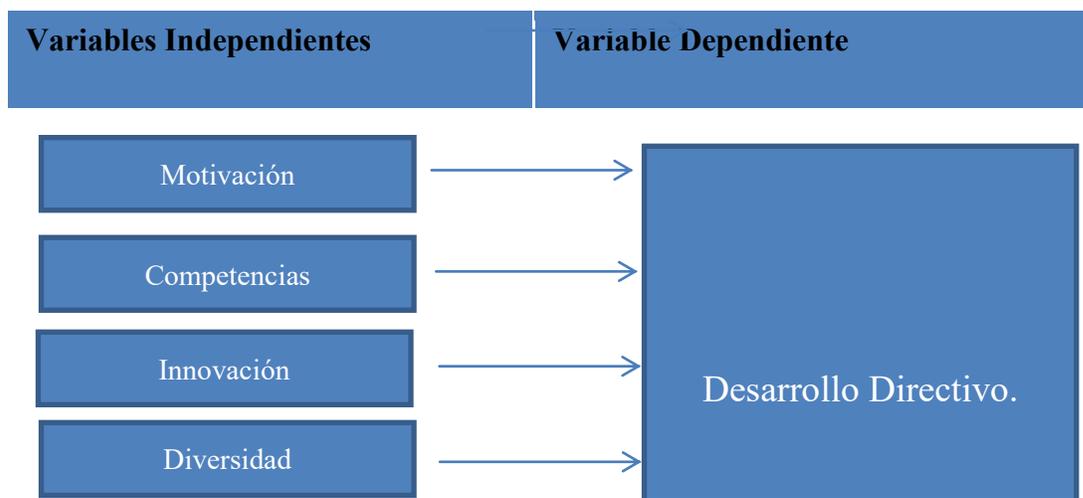
El estudio conceptual que se presenta se basa en la revisión de literatura sobre los elementos de la variable dependiente, se encontraron relaciones positivas con las variables independientes, como factores que inciden en el desarrollo directivo en organizaciones hortícolas del Sur de Sonora, las cuales son motivación por metas, competencias directivas, innovación y diversidad, siendo coadyuvantes para la competitividad de la empresa.

Siendo la unidad de análisis, la Asociación de Organizaciones Hortícolas del Valle del Yaqui y Mayo, ubicada en el Sur de Sonora, actualmente cuenta con 172 socios.

RESULTADOS

Se presenta el modelo gráfico de la investigación, de acuerdo al estado del arte consultado.

Figura 1. Modelo gráfico propuesto.



Fuente: Elaboración propia.

Hipótesis.

Ha. La motivación está relacionada de manera positiva en el desarrollo del directivo en las organizaciones hortícolas del Valle del Yaqui y Mayo del Sur de Sonora.

Ha. Las competencias están relacionadas de manera positiva en el desarrollo del directivo en las organizaciones hortícolas del Valle del Yaqui y Mayo del Sur de Sonora.

Ha. La innovación está relacionada de manera positiva en el desarrollo del directivo en las organizaciones hortícolas del Valle del Yaqui y Mayo del Sur de Sonora.

Ha. La diversidad está relacionada de manera positiva en el desarrollo del directivo en las organizaciones hortícolas del Valle del Yaqui y Mayo del Sur de Sonora.

CONCLUSIONES

Según la literatura consultada, se realizan aportaciones importantes relativas al desarrollo directivo, así como los factores que inciden en él, como la motivación, las competencias, la innovación y la diversidad, en el contexto de las organizaciones hortícolas del valle del Yaqui y Mayo en el Sur de Sonora.

Por lo cual en este estudio conceptual, se logró como resultado el modelo gráfico y las hipótesis que posteriormente se probarán en otro estudio.

BIBLIOGRAFÍA

- Amorós, E. (2007). Comportamiento Organizacional en busca del Desarrollo de Ventajas Competitivas. Recuperado el 22 de mayo de 2014. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/231/44.htm>
- Alles, M. (2005). Dirección estratégica de Recursos Humanos Vol II-Casos. Ediciones Granica.
- Alles, M. (2010). Conciliar vida profesional y personal: dos miradas: organizacional e individual. Ediciones Granica.
- Baldwin, T., Danielson, C. y Wiggenhorn, W. (1997). The Evolution of Learning Strategies in Organization: From Employee Development to Business Redefinition. *Academy of Management Executive*, 11 (4). 47-57.
- Beltrán Buitrago, N. O., & Urrea Velandia, D. M. (2013). Diseño e implementación del modelo de gestión por competencias y evaluación del personal según el modelo, para la empresa Aportes en Línea.
- Cárdenas, T. & Pérez, M. (2012). La formación de competencias y la dirección en Educación Superior, una necesidad ineludible. La Habana, Cuba.
- Cardona, P.C.N. (1999). Evolución y desarrollo de las Competencias Directivas. *Harvard Deusto Business Review*, 89.

- Chinchilla, N., & Lombardía, P. G. (2001). Estudio sobre competencias directivas. Diputación de Barcelona.
- Echevarría, J. (2008). El manual de Oslo y la innovación social. *Arbor*, 184(732), 609-618.
- González, J., García, L., Lucero, C. y Romero, N. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generaciones de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Pensamiento y gestión*, No. 36. DOI <http://dx.doi.org/10.14482/pege.36.5567>
- Grisales, María Carmenza. (2011). El Reconocimiento de la Diversidad como Valor y Derecho. Maestría en Educación desde la Diversidad. Universidad de Manizales.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2013). VIII Censo Agrícola, Ganadero y Forestal 2007. Síntesis metodológica. México. INEGI. Pp. 1-71.
- Kim, Y. & Gao, F.Y. (2010). An empirical study of human resource management practices in family firm in China. *The International Journal of Human Resource Management*, 2: 2095-2019. <http://dx.doi.org/10.1080/09585192.2010.509619>.
- Locke, E. (1976). De nature and causes of job satisfaction, in Dunnette, M. *Handbook of industrial and organizational psychology*, Rand-Mc Nally College, p. 1297-1349. Chicago. EE.UU.
- Molina-Castillo, F.J. y Munuera, J.L. (2009). New product Performance Indicators: Time and Importance attributed by Managers, *Technovation*, Vol. 29, p. 714-724.
- Monfort, P. I. (2012). Un acercamiento teórico sobre la motivación para dirigir. *Transporte Desarrollo Y Medio Ambiente*, 32(1), 51-60.
- Núñez-Cacho Utrilla, P., & Grande Torraleja, F. A. (2012). El desarrollo de los recursos humanos a través del mentoring: el caso español.
- Olvera, H. y Morales C. (2011). Las instituciones de educación superior organizaciones generadoras del trabajo del conocimiento, *Revista Administración y Organizaciones*, No. 26, año 14, junio, pp. 81-105.
- Ortíz, J., Rendón, M. & Atehortúa, J. (2009). Necesidad de un nuevo enfoque para la identificación, medición y desarrollo de competencias. *Linhart*, 48-54.
- Payret, E., (1995). Motivación para dirigir. Experiencias y proyecciones. *Revista transporte, desarrollo y medio ambiente*. La Habana.
- Pereda, M., Berrocal, F. & López, M. (2010). Gestión de recursos humanos por competencias y gestión del conocimiento. *Dirección y organización* (28).

Pérez Rodríguez, Y., & Coutín Domínguez, A. (2005). La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial. *Acimed*, 13(6), 0-0.

Quatraro, F. (2011). Diffusion of Regional Innovation Capabilities: Evidence from Italian Patent Data, *Regional Studies*, Vol. 43, No.10, pp.1333-1348, December.

Sallán, J. G. (1998). Estrategias organizativas en la atención a la diversidad.

Sánchez, A. V., & Ruiz, M. P. (2011). Evaluación de competencias genéricas: principios, oportunidades y limitaciones. *Bordón. Revista de pedagogía*, 63(1), 147-170.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). 2010. Sistema de Información Agropecuaria de Consulta (SIACON). México. SAGARPA.



CONTRIBUCIONES DEL PROGRAMA DE VERANO CIENTÍFICO A LA FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS PARA LA INVESTIGACIÓN

Autores:

Norma Aguilar Morales

gialca@hotmail.com, Av. Universidad s/n Zona de la Cultura, Col. Magisterial, Villahermosa, Centro, Tabasco.

Deneb Elí Magaña Medina

deneb_72@yahoo.com, Av. Universidad s/n Zona de la Cultura, Col. Magisterial, Villahermosa, Centro, Tabasco.

Edith Georgina Surdez Pérez

edith.2109@hotmail.com, Av. Universidad s/n Zona de la Cultura, Col. Magisterial, Villahermosa, Centro, Tabasco.

Hugo Enrique López González

lopezlife84@hotmail.com, Av. Universidad s/n Zona de la Cultura, Col. Magisterial, Villahermosa, Centro, Tabasco.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (México)

Fecha de envío: 12/Abril/2015

Fecha de aceptación: 22/Mayo/2015

Resumen

El objetivo de la investigación fue determinar la motivación e interés por el desarrollo de actividades de investigación, así como las limitantes que perciben los estudiantes del programa de verano científico para su desarrollo. El diseño del estudio es no experimental, descriptivo transeccional, con un enfoque cuantitativo a través de encuestas, el instrumento empleado fue un cuestionario de elaboración propia que fue diseñado por el grupo de investigación y validado en un proyecto anterior a este. Los resultados obtenidos en las dos divisiones académicas que se presentan en este estudio señalan que el 100% de la muestra demuestran poco interés por las actividades de investigación y un 52% no percibe limitantes para el desarrollo de actividades de investigación.

Palabras Clave: verano científico, estudiantes, investigación, profesores.

Abstract

The aim of the research was to determine the motivation and interest in the development of research and the limitations that students perceive science summer program for its development. The study design is experimental, cross-section descriptive, qualitative approach through surveys, the instrument used was a specifically designed questionnaire was designed by the research group and validated in a previous to this project. The results obtained in the two academic divisions presented in this study indicate that 100% of the sample show little interest in research activities and 52% perceived no constraints to the development of research activities.

Key Words: Scientific summer, students, research professors.

1 Introducción

El Capital Humano, es el factor más valioso con que cuenta una organización, la sociedad necesita de recursos humanos debidamente capacitados para alcanzar altos niveles de desarrollo y lograr su permanencia dentro de un contexto global altamente competitivo y finalmente, contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Las instituciones de educación superior, como formadoras de profesionistas en diversas ramas del conocimiento tienen un compromiso fundamental de contribución a la sociedad, por lo cual deben desarrollar estrategias que le permitan cumplir con el mismo. La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] cuenta con el Programa de Verano de la Investigación Científica cuya finalidad es que los estudiantes tengan un acercamiento a las actividades de la investigación por medio de la vivencia directa de la experiencia a través de una estancia de dos meses en los cuales trabajan con un investigador, este programa a los estudiantes participantes el financiamiento necesario para realizar estas actividades. En vista de que la universidad destina una cantidad importante de recursos a dicho programa, es pertinente evaluar qué resultados está produciendo ya que se ha detectado que los estudiantes que

participan en dicho programa, al regresar ni siquiera se titulan por tesis, lo cual sería un indicador de que su estancia de verano contribuyó a su formación en actividades de investigación.

El presente trabajo expone los resultados de un diagnóstico realizado a través de un proyecto de investigación financiado con fondos de la institución. La investigación se llevó a cabo con los estudiantes que participaron en el Programa de Verano de la Investigación Científica durante el año 2013. El objetivo de la investigación fue conocer las motivaciones y limitantes que perciben los estudiantes participantes en el programa para desarrollar actividades de investigación. En el estudio se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuál es la motivación e interés por el desarrollo de actividades de investigación de los estudiantes que participan en el programa de verano científico?
- ¿Qué limitantes perciben los estudiantes del programa de verano científico para el desarrollo de actividades de investigación?

En esta ponencia se presentan los resultados preliminares de dos Divisiones Académicas Multidisciplinarias de la universidad.

2 Marco Teórico

2.1 El capital Humano

El concepto del capital humano es relativamente contemporáneo, su nacimiento fue anunciado en 1960 por Theodore W. Schultz, pero se puede afirmar que surge de manera efectiva dos años más tarde, cuando el Journal of Political Economy, en 1962, publicó un suplemento sobre “Inversión en seres humanos” (Leyva y Cárdenas 2002).

También Leyva y Cárdenas (2002), expresan que Schultz hizo énfasis en el que la educación debe ser considerada como una inversión para el futuro, ya que ésta y la formación tienen un impacto positivo en el nivel de productividad de las personas, lo cual les permitirá obtener mejores ingresos.

Por otra parte, para Valencia (2005), la teoría del capital humano establece que hay dos maneras de formarlo:

Por medio de la formación general que se adquiere a través de los sistemas educativos y de formación.

A través de la formación adquirida por medio de la experiencia laboral, en un contexto organizacional.

2.2 La formación de capital humano en investigación

Por lo general la formación de investigadores en el mundo actual ha estado conformada por dos variables: las tradiciones de la educación universitaria y el tipo de política de la ciencia, la investigación y el desarrollo impulsada por el gobierno. En lo que respecta a las tradiciones universitarias, éstas han estado dominadas por dos modelos básicos, el alemán consolidado en el siglo XIX que propone una unión estrecha entre docencia e investigación y no concibe a un profesor universitario que no sea investigador. Por otra parte, el modelo francés que es caracterizado por una tradición científica que organiza la educación superior en función de un sistema burocrático centralizado, donde el poder del estado se manifiesta tanto en el nombramiento de los profesores como en su organización interna (Pascual, 1995 y Fernández, 2002; citado por Rivas, 2005).

Uno de los principales enfoques en el proceso de aprendizaje en investigación es el que presentan Millspaugh y Millenbah (2004) quienes describen que existen tres tipos de experiencia en investigación en que pueden participar los estudiantes: 1) el modelo de práctica orientada, el cual es enseñado en el aula, adquiriendo habilidades básicas de investigación pero con pocas oportunidades para aplicarlas, 2) el modelo de estudiante colega, que se da cuando el estudiante participa en las diversas etapas del proceso investigativo de la mano del investigador; este modelo implica el mayor nivel de participación y puntos de vista de los estudiantes como colega de investigación; y 3) el modelo técnico, que tiene a los estudiantes como recolectores datos, aprendiendo técnicas de investigación y trabajando en equipo con el investigador, lo cual le representan al estudiante la ventaja de conectar el curso con la investigación práctica, aprenden a trabajar solos y en equipos, desarrollando habilidades para resolver problemas directamente en el campo.

2.3 El programa de verano de la investigación científica en la UJAT

A raíz de que la Academia Mexicana de Ciencias [AMC], crea en 1991 el programa de verano de la investigación científica cuyo objetivo central es fomentar el interés de los estudiantes de licenciatura por la actividad científica en cualquiera de sus áreas: Físico matemáticas, Biológicas, Biomédicas y Químicas, Ciencias sociales y Humanidades e Ingeniería y Tecnología (Academia Mexicana de Ciencias [AMC], 2012), también la UJAT inicia la participación de sus estudiantes en dicho programa generando diversas estrategias para fomentar el interés de los jóvenes en la investigación, pero de manera especial ha provisto de apoyos complementarios y un programa propio para apoyar a los estudiantes que deseen participar en el programa de verano científico, los requisitos de participación son los mismos que el programa nacional de la AMC, sin embargo el promedio mínimo solicitado es de 8.0 a diferencia del solicitado por la AMC que es de 8.5. El incremento de participación en el programa interno de la universidad ha sido exponencial, iniciando con una participación de 6 alumnos en 1991 y 700 en 2014, situándola como una de las instituciones con mayor participación en el programa a nivel nacional (Magaña, Aguilar, Pérez, Quijano y Argüelles, 2014; Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT], 2014), por lo cual resulta pertinente medir el impacto que estos apoyos han generado en el interés de los alumnos por el aprendizaje de los conocimientos necesarios para realizar investigación y las limitantes que han enfrentado.

3 Método

El diseño del estudio es no experimental, descriptivo transeccional (Hernández, Fernández y Batipsta, 2010), con un enfoque cuantitativo y se llevó a cabo a través de una encuesta por división académica a los estudiantes que participaron en el programa de verano de la investigación científica 2013.

3.1 Instrumento

El instrumento empleado para la recolección de datos fue el cuestionario de (Magaña, Vázquez y Aguilar, 2013; Magaña, Aguilar, Pérez, Quijano y Argüelles, 2014), diseñado para la medición del constructo denominado “interés por la formación temprana en actividades de investigación” constituido de 5 variables y 7 dimensiones (Tabla 1). Para la elaboración del cuestionario se realizó una amplia verificación de la literatura existente sobre esta problemática (Ponce, et al, 2002; Ponce, et al., 2005; Castillo, 2007; Rosas, 2008; Rojas, 2010; Amador y López, 2011, Pontes, et. al., 2011) y posteriormente se empleó la técnica de vagabundeo (Rodríguez, Gil y García, 1999) con estudiantes destacados, para determinar si los constructos que se definían estaban relacionados a su posible interés en la formación en actividades de investigación.

El cuestionario estuvo conformado de 24 preguntas y se estructuró en una escala tipo Lickert, con cinco opciones de respuesta: Totalmente en desacuerdo =1, En desacuerdo =2, Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3, De acuerdo = 4, Totalmente de acuerdo =5. Adicionalmente se integraron variables socio demográficas como: la edad, género, estado civil; variables relativas a la institución como: división académica, programa de licenciatura, y por último, dos preguntas dicotómicas, la primera que cuestionaba sobre si además de los estudios trabajaba, para poder determinar si la saturación de actividades estaba relacionada al interés del estudiante por la investigación, y la segunda al final de los reactivos de escala, que cuestionaba de manera directa su interés por el desarrollo de actividades de investigación como actividad laboral.

En la construcción del cuestionario y sus reactivos se tuvo presente la delimitación semántica del reactivo y los aspectos de redacción y comprensión. Posteriormente, fueron sometidos a análisis estadísticos con el software SPSS ver 17.0, para determinar su validez discriminante, su distribución factorial, y su contribución a la consistencia interna de la escala. Se empleó el Coeficiente Alpha de Cronbach para determinar la confiabilidad final del cuestionario, que reporta un valor de .862, y el análisis factorial exploratorio para determinar la validez del mismo,

el cual registra para sus siete factores cargas superiores a .40 y se explica el 29% de la varianza, valores que se consideran aceptables (Milton, 2010, Martínez, 2005).

Tabla 1. Especificaciones de las variables e indicadores del instrumento de investigación.

Variable	Dimensiones	Indicadores
Competencias para la investigación	Conocimientos y Habilidades para la investigación	Discernimiento de conocimientos, hábitos y actitudes percibidas como necesarias para el desarrollo de habilidades de investigación
	El investigador como ente motivador	Percepción sobre el profesor investigador como ente motivador de la investigación científica
Condiciones para la investigación	Interés de la organización en apoyar las actividades de investigación	Promoción y disposición de apoyos e infraestructura percibida para la realización de actividades de investigación por parte de los estudiantes
Titulación Tesis	Interés de titulación mediante un trabajo recepcional de investigación	La titulación por tesis como primera opción del estudiante universitario.
Estudios Posgrado	Interés por los estudios de posgrado	El posgrado como una opción que permitiría desarrollar mayores conocimientos y habilidades tanto profesionales como científicas
	Limitantes sobre conocimientos necesarios para el desarrollo de la investigación	Conocimientos y experiencia personales percibidas como necesarias para el desarrollo de la investigación científica
Limitantes a la investigación	Limitantes personales para el desarrollo de investigación	Interés y características personales percibidas como necesarias para el desarrollo de la investigación científica

Fuente: Magaña, Aguilar, Pérez, Quijano y Argüelles (2014).

3.2 Población y muestra

La población de estudio se encuentra integrada por los estudiantes de las 11 divisiones académicas de la universidad que participaron en el programa de verano de la investigación científica en el 2013. Se empleó un muestreo estratificado para la primera etapa (cuantitativa), tomando como estrato cada una de

las divisiones académicas. Una muestra aleatoria estratificada es la obtenida mediante la separación de los elementos de la población en grupos que no presenten traslapes llamados estratos y la selección posterior de una muestra irrestricta aleatoria simple de cada estrato. El número de muestra de cada estrato se determinó de forma proporcional con un error de estimación del 5% y una confiabilidad el 95% (Scheaffer, Mendenhall y Ott, 1981). En la tabla 2 se puede observar la distribución de la muestra. En este trabajo se presentan los resultados preliminares de las dos etapas correspondientes a dos estratos de la muestra, la división académica multidisciplinaria de Comalcalco y la división académica multidisciplinaria de Ríos.

Tabla 2. Muestreo estratificado por división académica de la UJAT.

División Académica	No. de Estudiantes	Muestra
División Académica de Ciencias Biológicas	64	31
División Académica de Ciencias Agropecuarias	11	5
División Académica de Ciencias Básicas	18	9
División Académica de Ciencias Económico Administrativas	10	5
División Académica de Ciencias de la Salud	96	46
División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades	31	15
División Académica de Educación y Artes	109	52
División Académica de Ingeniería y Arquitectura	18	9
División Académica de Informática y Sistemas	14	7
División Multidisciplinaria de Comalcalco	14	7
División Multidisciplinaria de los Ríos	34	16
Total	419	202

Fuente: elaboración propia.

4 Resultados

Para determinar el interés que demuestran y las dificultades que perciben los alumnos que participaron en el Programa de Verano Científico 2013 por el desarrollo de las actividades de investigación, los puntajes obtenidos en las dimensiones del instrumento aplicado fueron analizados en primer término a través de la distribución de frecuencias, las cuales pueden observarse en la tabla 3.

Tabla 3. Descriptivos del interés y limitantes que perciben los alumnos participantes en el programa de verano científico hacia el desarrollo de actividades de investigación.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Conocimientos y habilidades para la investigación	23	15	19	18.09	1.240
El investigador como ente motivador	23	12	19	15.61	2.017
La organización como promotor y proveedor de condiciones para el desarrollo de actividades de investigación	23	11	19	15.83	1.969
Interés de titulación mediante un trabajo recepcional de investigación	23	14	20	17.61	2.311
Interés por los estudios de posgrado	23	14	20	18.61	1.994
Limitantes sobre conocimientos necesarios para el desarrollo de investigación	23	5	15	10.87	2.380
Limitantes personales para el desarrollo de investigación	23	2	4	3.09	.996
N válido (según lista)	23				

Fuente: elaboración propia.

Se observa una distribución normal con un valor mínimo registrado de 2 y un valor máximo de 20. La media más baja (3.09) se presenta en la variable “limitantes para la investigación”, en la dimensión

“limitantes personales para el desarrollo de actividades de investigación” y la media más alta (18.61) se observa en la variable “interés por los estudios de posgrado”.

Para establecer categorías de análisis del interés de los alumnos por las actividades de investigación y de las limitantes que perciben para su desarrollo, se decidió identificar los cuartiles de la distribución, derivándose las categorías presentadas en la tabla 5. Los cuartiles son los tres valores de la variable que dividen a un conjunto de datos ordenados en cuatro partes iguales: Q1, Q2 y Q3 determinan los valores correspondientes al 25%, al 50% y al 75% de los datos. Q2 coincide con la mediana (Sánchez, 2000).

Tabla 4. Niveles de percepción de los estudiantes sobre el interés por las actividades de investigación, rango de valores escala (25:100).

Variable	Dimensión	Categorías de Análisis	Percentil	Valores	%
Competencias para la investigación	Conocimientos y habilidades para la investigación	No discierne conocimientos, hábitos y actitudes necesarias para el desarrollo de actividades de investigación	25	Valores \leq 18	47.8
		Conoce poco los conocimientos hábitos y actitudes necesarias para el desarrollo de actividades de investigación	50	19	52.2
		Reconoce los principales conocimientos hábitos y actitudes necesarias para el desarrollo de actividades de investigación	75	S/E	0
		Reconoce los conocimientos hábitos y actitudes necesarias para el desarrollo de actividades de investigación	100	S/E	0
3 para la inves	El investigador	El profesor investigador no	25	Valores \leq 14	43.5

Variable	Dimensión	Categorías de Análisis	Percentil	Valores	%
	como ente motivador.	motiva a la realización de actividades de investigación			
		El profesor investigador motiva poco a la realización de actividades de investigación	50	15 < 16	34.8
		El profesor investigador motiva moderadamente a la realización de actividades de investigación	75	S/E	0
		El profesor investigador motiva a la realización de actividades de investigación	100	Valores \geq 17	21.7
		Se percibe que la Institución no promociona y dispone de apoyos e infraestructura para la realización de actividades de investigación por parte de los estudiantes	25	Valores \leq 14	30.4
	La organización como promotor y proveedor de condiciones para el desarrollo de actividades de investigación.	Se percibe que la Institución poco promociona y dispone de apoyos e infraestructura para la realización de actividades de investigación por parte de los estudiantes	50	15 < 16	26.1
		Se percibe que la Institución de manera moderada promociona y dispone de apoyos e infraestructura para la realización de actividades de investigación por parte de los estudiantes	75	17 < 18	39.1

Variable	Dimensión	Categorías de Análisis	Percentil	Valores	%
		Se percibe que la Institución promociona y dispone de apoyos e infraestructura para la realización de actividades de investigación por parte de los estudiantes	100	Valores \geq 19	4.3
Titulación por Tesis.	Interés de titulación mediante un trabajo recepcional de investigación	La titulación por tesis no es la primera opción del estudiante universitario	25	Valores \leq 16	39.1
		La titulación por tesis pocas veces es la primera opción del estudiante universitario	50	17	17.4
		La titulación por tesis frecuentemente es la primera opción del estudiante universitario	75	18 < 20	43.5
		La titulación por tesis muy frecuentemente es la primera opción del estudiante universitario	100	S/E	0
Estudios de Posgrado.	Interés por los estudios de posgrado.	El posgrado no se percibe como una opción que permitiría desarrollar mayores conocimientos y habilidades tanto profesionales como científicas	25	Valores \leq 18	39.1
		El posgrado poco se percibe como una opción que permitiría desarrollar mayores conocimientos y habilidades tanto profesionales como	50	19 < 20	60.9

Variable	Dimensión	Categorías de Análisis	Percentil	Valores	%
		científicas			
		El posgrado se percibe de manera moderada como una opción que permitiría desarrollar mayores conocimientos y habilidades tanto profesionales como científicas	75	S/E	0
		El posgrado se percibe como una opción que permitiría desarrollar mayores conocimientos y habilidades tanto profesionales como científicas	100	S/E	0
		El estudiante no percibe como limitantes sus conocimientos para el desarrollo de actividades de investigación	25	Valores ≤ 10	47.8
	Limitantes sobre conocimientos necesarios para el desarrollo de investigación	El estudiante poco percibe como limitantes sus conocimientos para el desarrollo de actividades de investigación	50	11	4.3
		El estudiante de manera moderada percibe como limitantes sus conocimientos para el desarrollo de actividades de investigación	75	12	30.4
		El estudiante percibe como limitantes sus conocimientos para el desarrollo de actividades de	100	Valores ≥ 13	17.4
Limitantes a la investigación					

Variable	Dimensión	Categorías de Análisis	Percentil	Valores	%
		investigación			
	Limitantes personales para el desarrollo de investigación	El estudiante no percibe limitantes personales para el desarrollo de actividades de investigación	25	Valores ≤ 2	43.5
		El estudiante percibe pocas limitantes personales para el desarrollo de actividades de investigación	50	3 < 4	56.5
		El estudiante percibe algunas limitantes personales para el desarrollo de actividades de investigación	75	S/E	0
		El estudiante percibe limitantes personales para el desarrollo de actividades de investigación	100	S/E	0

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 4 se puede observar lo siguiente:

En la variable “Competencias para la investigación”, el 100% de los participantes coincide en que no posee o posee pocos conocimientos necesarios para el desarrollo de actividades de investigación. A su vez, en la variable “La organización como promotor y proveedor de condiciones para el desarrollo de actividades de investigación” el 100% de los participantes expresaron que los profesores no los motivan o los motivan muy poco para que realicen actividades de investigación y un 56.5% expresaron que la institución no promueve suficientemente, ni provee las condiciones necesarias para el desarrollo de actividades de investigación.

De igual manera, en la variable “Interés de titulación mediante un trabajo recepcional de investigación” el 56.5 expresaron que la titulación por tesis no es su primera opción de titulación o lo es muy pocas veces. En la variable “Interés por los estudios de posgrado” el 100% de los participantes expresaron que no perciben o perciben muy poco al posgrado como una opción para el desarrollo de mayores conocimientos y habilidades para la investigación.

A su vez, en la variable “Limitantes a la investigación”, en la dimensión “Limitantes sobre conocimientos necesarios para el desarrollo de investigación” el 52.1% de los participantes no percibe o percibe de manera moderada como una limitante la falta de conocimientos para poder desarrollar actividades de investigación. Finalmente, en la dimensión “Limitantes personales para el desarrollo de investigación” el 100% de los participantes no considera o considera muy poco que sus limitantes personales sean un obstáculo para el desarrollo de actividades de investigación.

5 Discusión y Conclusiones

De acuerdo a lo expresado por Valencia (2005) sobre las maneras de formar capital humano, podría decirse que la universidad no está cumpliendo con lo que respecta a la educación formal. En lo referente a lo que describen Millspaugh y Millenbah (2004), de acuerdo a los resultados obtenidos, parece que el modelo de práctica orientada no está funcionando muy bien y en el intento de aplicar el modelo técnico mediante la estancia del verano científico, algunos se sienten motivados pero al volver a su institución parece que dicha motivación decae.

De manera general se puede concluir que a pesar de que la universidad invierte gran cantidad de recursos en el programa de verano científico, este no ha dado los resultados esperados ya que los participantes no regresan con predisposición a realizar un trabajo de investigación a través de la tesis (56.5) expresaron que la titulación por tesis no es su primera opción o lo es muy pocas veces. Por otra parte se puede observar que aunque el número de participantes se ha incrementado en cantidad no lo ha hecho en calidad, sin embargo es contradictorio lo que expresan los alumnos acerca de que la institución

no promueve este programa ni proporciona las condiciones necesarias para participar ya que el número de alumnos participantes se ha incrementado exponencialmente desde su inicio a la fecha.

De igual manera, resulta preocupante la situación acerca de la falta de motivación hacia las actividades de investigación por parte de los profesores de estas dos divisiones académicas, ya que en esta dimensión se registró una de las medias más bajas (15.61) y la falta de conocimientos que expresan los alumnos, cuya media es aún más baja (10.87), lo cual a su vez no es considerado por ellos como un obstáculo para desarrollar investigación, esto es positivo ya que se consideran capaces de realizar estas actividades, sin embargo, expresan limitantes personales muy fuertes para desarrollar actividades de investigación (3.09) la media más baja de todas las dimensiones estudiadas, sin embargo consideran que eso no les impide realizar investigación. La situación anteriormente descrita presenta varios focos rojos para la universidad en lo referente a la formación de capital humano en actividades de investigación con respecto a los profesores y a los alumnos, lo cual deja abiertas varias líneas de investigación para futuros trabajos, una de las cuales sería conocer la percepción de los profesores y de las autoridades y evaluar el desempeño de ambos actores, privilegiando más que la cantidad, la calidad.

6 Referencias

- Academia Mexicana de Ciencias [AMC] (2012). *Programa del Verano de la Investigación Científica*. [En línea]. Disponible en <http://www.amc.unam.mx/>. Accesado el día 25 de agosto de 2012.
- Amador, E. y López, L.J. (2011). Incorporación temprana a la investigación. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, vol. 3(28). 1-9. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/ced/28/amlr.htm>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ª. Ed.) México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Leyva, S. & Cárdenas, A. (2002). Economía de la educación: capital humano y rendimiento educativo. *Análisis Económico*, XVII (36) 79-106. Recuperado de <http://148.215.2.10/articulo.oa?id=41303603>
- Magaña, D.E., Aguilar, N., Pérez, M., Quijano, R. y Argüelles, L. (2014). “Motivaciones y limitantes en la formación en investigación a través del programa de verano científico. Un estudio en una muestra de estudiantes universitarios”. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*, Vol.7 (6), p.103-120.

- Magaña, D.E., Vázquez, J.M. y Aguilar, N. (2013, abril). Desarrollo de una escala para medir el interés en la formación temprana en investigación. Una muestra en estudiantes universitarios. En *Memorias del XVII Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas* (pp. 1-30), Guadalajara, Jalisco. UNIVA
- Martínez, R. (2005). *Psicometría: Teoría de los tests psicológicos y educativos*. (2daEd.) España: Editorial Síntesis S.A.
- Milton, Q.V. (2010). Confiabilidad y Coeficiente Alpha de Cronbach. *Revista de estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*. 12(2), 248-252. Recuperado de: <http://www.urbe.edu/publicaciones/telos/ediciones/pdf/vol-12-2/nota-2.PDF>
- Millsbaugh, J. y Millenbah, K. (2004). Values and structure of research experiences for undergraduate wildlife students. *Wildlife Society Bulletin*, 32 (4), 1185-1194.
- Ponce, R., Irigoyen, A. Gómez, F., Terán, M., Landgrave, S., et al. (mayo-agosto, 2005). "Formación temprana de investigadores en medicina familiar: estudio cuasi-experimental". *Archivos en Medicina Familiar*. Vol. 7(002), 35-44.
- Ponce, R., Landgrave, S., González, C., Monroy, C., Morales, et al. (2002). "Formación de investigadores en medicina familiar: la tutorización en investigación y la relación tutor- residente". *Archivos en Medicina Familiar*. Vol. 4(3), 113-117.
- Pontes, A., Ariza, L., Serrano, R. y Sánchez, F. (2011). Interés por la docencia entre aspirantes a profesores de Ciencia y Tecnología al comenzar el proceso de formación inicial. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*. Vol. 8 (2), 180-195.
- Rivas, L. A. (2005). La formación de investigadores en México. *Perfiles Latinoamericanos*, (25) 89-113. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11502504>
- Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. (2ª. ed.). Málaga: Aljibe.
- Rojas, M. (2010). La actitud estudiantil sobre la investigación en la universidad. *Investigación y Desarrollo*, Vol. 18(2), 370 – 389.
- Rosas, C.P. (2008). *La carrera de investigador como programa de vida para el estudiante del instituto politécnico nacional*. Tesis para obtener el grado de maestra en ciencias en metodología de la ciencia. Instituto Politécnico Nacional. Recuperada de: <http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/3488/1/LACARRERADEINVESTIGADOR.pdf>
- [Sánchez, G. \(2000\). *La Estadística como Método de Análisis Económico*. México: Editorial Cambio XXI.](#)

Schafer, R., Mendenhall, W. y Ott, L. (1981). *Elementos de Muestreo*. (G. Rendón y J.R. Gómez, Trads.) México: Grupo Editorial Iberoamérica. (Trabajo original publicado en 1971).

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT], (2014). 700 juchimanes realizan verano científico en el país y el extranjero. *Gaceta Juchimán*, año III (39), 12-13. Tabasco, México. Autor.

Valencia, M. (2005). El capital humano, otro activo de su empresa. *Entramado*, 1(2) 20-33. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265420471004>



LA PREPARACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL COMO MECANISMO DE EFICIENCIA Y EFICACIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL

Datos de la autora:

Nombre completo: Ilsa Elia Torres González

Institución de Adscripción: Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la UANL

Dirección: Camino de los Quetzales 305 Col. San Jemo, Monterrey, Nuevo León

Correo: ilsaelia.doctorado@gmail.com

Nacionalidad: mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

RESUMEN

La eficiencia y eficacia son preceptos que han estado presentes a través de la historia, las teorías y los sistemas de administración pública en muchas partes del mundo, la aseveración anterior es aplicable en mayor o menor medida a cualquier nivel de gobierno y de manera indistinta en las instituciones cuya orientación es la gestión pública. En este artículo se analiza la preparación profesional como mecanismo de incidencia en la eficiencia y efectividad en el desempeño laboral, el estudio fue realizado con funcionarios públicos de Nuevo León que ocupan cargos de asignación directa o indirecta en el Gobierno Estatal actual con cargos de primero, segundo y tercer nivel jerárquico dentro de los esquemas organizacionales vigentes de las dependencias centralizadas y descentralizadas de dicho contexto. Los resultados muestran evidencia de que el fenómeno estudiado influye sobre el desempeño laboral de manera importante y para demostrarlo se desarrolla la presente ponencia.

*Esta ponencia forma parte de un avance de investigación de proyecto doctoral, titulado La Preparación Académica Profesional como Mecanismo de Eficacia y Eficiencia en el Desempeño Laboral. de la Mtra. Ilsa Elia Torres González, Coordinadora de Programas de Desarrollo de Capital Humano del Instituto de Innovación y Transferencia de Tecnología del Gobierno del Estado de Nuevo León y pasante del Doctorado en Filosofía con acentuación en Ciencias Políticas de la Universidad Autónoma de Nuevo León, México, ilsaelia.torres@gmail.com.

PROFESSIONAL ACADEMIC EDUCATION AS A MECHANISM OF EFFICIENCY AND EFFECTIVENESS IN THE PUBLIC SERVICE PERFORMANCE

Efficiency and effectiveness are concepts that have been present throughout history, theories, and public administration systems in many parts of the world. The statement above is applicable in varying degrees at any level of government and interchangeably in institutions whose orientation is governance. This article analyzes professional academic education as a mechanism for influencing the efficiency and effectiveness in job performance. The study reviews Nuevo León, Mexico, officials in positions of direct or indirect assignment in the current state government in charge of first, second, or third management levels within the existing organizational schemes centralized and decentralized units in said context. The results show evidence that the phenomenon affects job performance significantly, which will be explained in this article.

Keywords: Efectiveness, efficiency, job performance, professional academic education.

INTRODUCCIÓN

El desempeño laboral eficiente y eficaz siempre ha sido un componente fundamental para las organizaciones y gobiernos, en la actualidad el tema sigue vigente pero con nuevos componentes como la globalización, los cambios sociales, la implementación de las políticas públicas, así como los ritmos económicos, circunstancias que obligan a las entidades gubernamentales a tornarse eficientes y eficaces para dar a sus administraciones públicas la capacidad y calidad institucional necesaria que responda a las demandas sociales (Hernández, 2010, Romero, 2006).

En este sentido los actores del proceso productivo dentro de la administración pública, son los funcionarios públicos, por ello, es prioritario investigar los mecanismos a través de los cuales éstos se desempeñan laboralmente con eficiencia y eficacia, y al conocerlos, pensar en el desarrollo de un modelo de diagnóstico y evaluación que facilite la detección de los mismos y permita establecer políticas de cambio o bien, estrategias de mejora en el desempeño laboral.

En México, como en muchos países latinoamericanos es muy necesario dar una solución a la modernización de la administración pública, en todos los niveles de gobierno, pues su más alta meta es la de contribuir con el desarrollo en general del país y con el bienestar de la sociedad mexicana en particular, esto solo se puede alcanzar buscando la eficiencia y eficacia, para tal efecto en los años 80s y 90s se consideró prioritaria la modernización a través de la profesionalización de la función pública haciendo un esfuerzo por que el personal de gobiernos de todos niveles se capacitara a través de cursos, diplomados e inclusive formación formal para

llegar a tener congruencia de conocimientos con el puesto que desempeñaban. (Sentíes y Meza, 2011).

La Nueva Gestión o Gerencia Pública, corriente que impulsa esta tendencia hacia la profesionalización del funcionario público, incluyó además la utilización óptima de los recursos, la búsqueda de la calidad y el rediseño organizacional así como la mejora del uso de la tecnología además de la evaluación del desempeño con base en índices competitivos, conceptos que también la integran.

Sin embargo uno de los mencionados conceptos, los procesos de profesionalización, en México no demostraron haber tenido el éxito que se esperaba, pues la discontinua e inexistente voluntad política hizo que los intentos por profesionalizar la función pública no hayan tenido frutos. Sin continuidad y sin el impulso necesario para consolidar aquellas ideas que las tendencias de la década de los 80s y 90s, se aletargaron o detuvieron de tal forma que prácticamente no quedó nada del buen intencionado intento, por ello surgen preguntas como: ¿Es la profesionalización la solución para que el desempeño de los funcionarios públicos sea eficiente y eficaz? ¿Por qué poner los esfuerzos en remediar o recomponer la preparación profesional del capital humano? ¿No será más eficiente utilizar la ya establecida y consolidada educación profesional académica de educación superior como bastión para egresar estudiantes capaces de ejercer con mecanismos suficientes para desempeñarse con eficiencia y efectividad en el desempeño laboral? ¿Erogar recursos para preparar al capital humano para ejercer una función pública tiene necesariamente que hacerse una vez que la persona está instalada en su puesto o responsabilidad laboral? Entonces ¿Qué función tuvo su preparación profesional académica de educación superior? Tal vez no se pueda aplicar, o tal vez lo que estudió como carrera profesional no corresponde a la labor que ejerce en el mundo del trabajo.

La inversión de recursos para el tercer trimestre de 2013 en México para el rubro de servicios educativos fue de 648,748 millones de pesos (INEGI, 2013), cifra que para un país en proceso de desarrollo, es un esfuerzo significativo, aunque comparativamente con los demás países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en donde México es el único país miembro de Latinoamérica, pero existe para preparar a los miles de estudiantes que deciden terminar estudios superiores, y resulta incomprensible que se organicen programas de profesionalización una vez que ocupan un cargo en la función pública, mientras

que podrían ahorrarse recursos, de estar adecuadamente preparados para utilizar los aprendizajes adquiridos y ya pagados por ellos mismos o por los contribuyentes en áreas laborales si fueran congruentes y estuvieran relacionados con su desempeño laboral.

Aunque es bien sabido de la actualización dentro del desempeño público es importante, esto no significa que haya que esforzarse por profesionalizar a quienes cursaron una carrera profesional, duplicando recursos económicos, materiales y humanos en este doble esfuerzo. Esta investigación tiene como objetivo descubrir si la preparación académica constituye un mecanismo de obtención de eficiencia y eficacia en la función pública, tratando de indagar paso a paso el gran cuestionamiento acerca de los esfuerzos por preparar a las personas para la vida laboral, comenzando con las variables fundamentales de preparación profesional, eficiencia y efectividad en el desempeño laboral.

En las estructuras de capital humano del Gobierno del Estado de Nuevo León de los últimos cuatro sexenios, se han podido observar a un veterinario dirigiendo el departamento de recursos humanos de una secretaría, a administradores dirigiendo el departamento jurídico de un instituto, a ingenieros dirigiendo los servicios educativos, a abogados encargados de infraestructuras científicas y tecnológicas del estado, a ingenieros haciendo funciones de vinculación interinstitucional y cooperación internacional, a un ingeniero agrónomo al frente del desarrollo urbano del estado entre otros casos donde es evidente la falta de congruencia entre la preparación profesional y las responsabilidades, perfiles y objetivos de los cargos públicos de asignación. ¿Es entonces, la preparación profesional académica formal un mecanismo de eficiencia y eficacia en el desempeño público o no tiene intervención en el mismo?

Para tratar de entender el fenómeno primero hay que establecer los constructos de las variables, la distinción entre eficacia y eficiencia, según Starr (1974), es básicamente que la eficiencia es aquello que se caracteriza por hacer lo que corresponde, es decir hacer las cosas correctas, lo mejor posible, la mejor manera en que algo se puede hacer o ejecutar con la finalidad de que los recursos que sean necesarios implicar en dicha realización sean aplicados de la manera más racional posible. La eficacia es diferente, pues implica otra cosa; de manera muy concentrada es hacer lo que debe realizarse, es decir las cosas bien hechas son las que realmente deberían ser hechas, valga la redundancia. La eficiencia es una condición indispensable para el logro de objetivos y para asegurar un nivel aceptable de eficacia (Fernández y Sánchez, 1997).

Por una parte la eficiencia hace énfasis en los medios, en hacer las cosas de manera correcta, resolver problemas, salvaguardar los recursos, cumplir con tareas y tener la capacidad de entrenar a otros. La eficacia por otro lado, hace énfasis en los resultados, también en hacer las cosas correctas pero enfocándose al logro de objetivos y proporcionar eficacia a otras personas (Fernández y Sánchez, 1997).

Al referirse a la práctica administrativa, Peter Durker (citado en Calude y Álvarez, 2005), menciona que la eficiencia se relaciona con el hecho de hacer las cosas necesarias para alcanzar los objetivos mientras que la eficacia se refiere a hacer bien las cosas que se hacen, La eficiencia es primero, pues hay que seleccionar las actividades que interesan y después la eficacia, es decir, poner cuidado en hacerlas bien.

Para comprender de manera más profunda cada constructo se hablará de cada uno de ellos a partir de este momento para luego retomarlos de manera comparativa

Marco Teórico

El constructo eficiencia, encierra en sí mismo una serie de variables intangibles pero que a la vez pueden ser comprobadas o medidas. Al hablar de eficiencia podría decirse por ejemplo; que una maquinaria eficiente, la eficiente batería, o la economía eficiente, sin embargo en este trabajo el término se referirá siempre a la capacidad de una persona de hacer correctamente las cosas, es decir, es un constructo que se refiere a producción de acciones, insumos o resultados medidos con relación a los insumos materiales, humanos o temporales usados para lograrlos por tanto uno de los componentes más importantes de la eficiencia es la elección de las metas acertadas y la manera en la cual se han de lograr en cortas palabras “capacidad de reducir al mínimo los recursos usados para alcanzar los objetivos de la organización” (Stoner, Freeman y Gilbert, 1996, p. 9).

En muchos documentos relacionados con las responsabilidades del funcionario público, queda expresamente manifiesto que la eficiencia es un componente indispensable para cumplir con el desempeño. Es así como se pueden observar normativas, preceptos, códigos de ética y hasta leyes que lo mencionan.

Por ejemplo en México, la Ley Federal de Responsabilidad de los Servidores Públicos, menciona el constructo eficiencia como parte de los elementos que el funcionario público debe mantener en el desempeño de su empleo, cargo o comisión, de tal manera que no sólo como precepto teórico y valoral, la eficiencia en la función pública es una obligación que implica ciertas componentes entre los que se encuentran; la máxima diligencia en el servicio, absteniéndose de omitir, suspender o cometer deficiencia en el desempeño. Considerar los aspectos legales en su planeación, cumplir con leyes y otras normas, utilizar los recursos adecuadamente, custodiar la información y documentación, ser imparcial y respetuoso y mantener comunicación escrita con sus superiores de la continuidad de las órdenes que le sean dadas por éstos (Ley Federal de Responsabilidad de los Servidores Públicos, 2012).

En otro ejemplo, el Código de Ética del Estado de Nuevo León, el cual tiene carácter de observancia obligatoria para todas las personas que forman parte de la Administración Pública de esa entidad y que presenta como objetivo construir un buen gobierno y contar con funcionarios con una sólida cultura de servicio que tomen en cuenta la importancia y dignidad de su desempeño. En él, está mencionada la eficiencia como un criterio intrínseco a la persona, orientada al servicio público y que se relaciona con el enfoque de calidad, cultura y desarrollo sustentable (Portal del Gobierno de Nuevo León, 2012).

También en la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado y municipios de Nuevo León, cuya última reforma fue publicada en el año 2008, se menciona la eficiencia como una responsabilidad y como una obligación a cumplir por parte del capital humano asignado a un cargo público (Ley Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado y municipios de Nuevo León, 20018).

La eficiencia en el servicio público es tan importante como la honestidad y equiparable a la responsabilidad administrativa o la actitud de servicio, equidad y respeto que dichas personas tienen que mostrar ante los usuarios.

Por otra parte, la eficacia de acuerdo con el Diccionario de la Real Académica Española, eficacia significa virtud, actividad, fuerza y poder para obrar, de tal manera que eficaz es una persona o algo activo, fervoroso, poderoso para obrar o actuar, pero también aquel o aquello que logra hacer efectivo un intento o propósito determinado, la eficacia evoca básicamente la

producción intencionada de una realidad como resultado de la acción de un agente idóneo para obrar (Parejo, L., 1995).

Este término aparece en múltiples escritos desde los inicios de la antigüedad y en todo tipo de ámbitos, contextos y áreas del conocimiento, para efectos de este trabajo, se tomará su definición y comprensión desde los parámetros teóricos tanto de la administración en general, como de la psicología organizacional y la administración pública (Fernández y Sánchez, 1997).

La administración como teoría científica es relativamente reciente, pero tal como hoy se presenta lleva consigo un largo camino histórico en el cual, han sido múltiples las aportaciones de pensadores provenientes de diversos campos.

Desde los tiempos más remotos de la historia humana, los habitantes de la tierra se vieron en la necesidad de organizarse para afrontar las condiciones adversas del medio ambiente en donde se desarrollaron, además de la voluntad de sobrevivir y el desarrollo de la inteligencia humana poco a poco hizo que el hombre dominara el medio favoreciendo su calidad de vida, desarrollando técnicas de adaptación y creando pequeñas poblaciones en agrupamientos cada vez más estructurados. Con ello, la organización se fue haciendo más compleja y requirió de conformar estructuras administrativas capaces de diseñar, coordinar y sobre todo dirigir los procesos de crecimiento y desarrollo (Fernández y Sánchez, 1997).

La aparición de reglas, códigos de comportamiento y disposiciones se hizo entonces inminente y prioritario y ejercer estos elementos recaía muchas veces en los ancianos o personas con mayor experiencia de las civilizaciones, en donde igualmente se hicieron necesarios la astucia, vigilancia, prudencia y sagacidad de un administrador para el bien común. Reyes, sacerdotes, ministros entre otros pasaron a fungir como los reguladores y realizadores de proyectos, solución de problemas y distribución de la riqueza, así como el uso eficiente de los recursos así como de la conducción de la guerra o la paz (George, 1974, citado en Fernández y Sánchez, 1997).

Con el cambio de actividades y la explotación de recursos naturales, el hombre pasa rápidamente a vivir en organizaciones sociales con prácticas administrativas definidas que básicamente constituyen las antecesoras de la administración moderna. Se pueden encontrar, por ejemplo entre la historia de la civilización sumeria de más de 5,000 mil años documentos escritos

sobre la práctica administrativa, la necesidad de mantener el control hizo que se desarrollara la escritura o registro de datos y por supuesto hacer sólo las cosas que debían estar bien hechas, fue determinante para avanzar hacia el progreso, es decir ser eficaz constituyó desde los inicios de la humanidad una parte importante para la sobrevivencia, organización y aprovechamiento del entorno natural.

En Egipto por ejemplo los administradores gestionaban y defendían los intereses de los que concertaban el poder y se requirió entonces de un gobierno descentralizado, en donde sólo podrían estas organizaciones administrativamente eficaces para mantener controles efectivos en donde el faraón era el origen de todo. Una muestra fehaciente de eficacia en esa civilización todavía puede verse en sus pirámides, pues organizar a más de cien mil obreros durante veinte años no fue tarea fácil y requirió de una gran y eficaz organización administrativa.

Los chinos al igual que los egipcios y los hebreos, usaron conceptos y técnicas administrativas eficaces; el servicio de consejería o asesoría y sistemas de dirección general, fueron dos de sus grandes aportaciones (Legge, 1960 citado en Fernández y Sánchez, 1997).

Otro claro ejemplo de eficacia en la historia, la ofrecen los griegos, quienes dan cuenta de un avance destacado en los procesos administrativos, ejercían un claro control en la admisión de aprendices de maestros y otros trabajadores como carpinteros los cuales estaban sujetos a un examen antes de ser empleados. En resumen, el hombre ha ido avanzando gracias a su organización, misma que ha sido basada en la administración y ésta responder al incremento de la productividad, crecimiento, desarrollo y eficiencia y en consecuencia una mayor eficacia. El alcance de las metas, ha sido tema de interés desde la antigüedad y la eficacia en el logro de dichos objetivos ha despertado la inteligencia del ser humano desde sus inicios (Fernández y Sánchez, 1997).

Es así como al paso de la historia, la mayoría de los procesos administrativos que el hombre ha logrado se ha realizado por pruebas de ensayo y error y el aprovechamiento de la experiencia de otros, se establecieron principios por la necesidad del logro de objetivos propuestos, el criterio de eficacia/eficiencia fue el regidor de dichos principios, pues el hombre siempre está en la búsqueda de cómo hacerlo mejor, cómo avanzar más y más rápido, cómo defenderse mejor, cómo ser más eficiente y eficaz.

La importancia de la eficacia en la administración actual guarda relevancia debido a que, generalmente los recursos para programas dentro de los gobiernos en lo referente a recursos materiales como humanos, es en muchas ocasiones limitado, entonces es trascendente hacer lo que se debe hacer, valga la redundancia y sobre todo, hacerlo bien.

La toma de decisiones, juega un papel muy importante en los proyectos y acciones dentro de la administración pública, por ello en este trabajo se tomará en cuenta como un aspecto relevante dentro de la eficacia. La manera en que se determina qué hacer y cómo hacerlo, recae en el liderazgo que ejercen los puestos claves dentro de la jerarquía organizacional pública.

Hoy en día, los conceptos como la eficacia que evocan a otros como la productividad, calidad o rentabilidad, deben ser analizados con más rigor hablando de la situación laboral de los empleados públicos, pues aunque el aparato administrativo público sea grande y diverso, los empleados públicos son muy parecidos en lo sustancial y la eficacia depende en lo esencial de la dirección que se tenga y de los recursos disponibles (Villalba, 1994).

Otro componente de la eficacia además de la toma de decisiones y el liderazgo, lo conforma la habilidad para manejar la tecnología necesaria para llevar a cabo su desempeño. Hoy en día, más que nunca seguir el ritmo vertiginoso de la modernidad tecnológica es imprescindible para ser eficaces dentro del servicio público, prácticamente en todos los niveles, pero sobre todo en los puestos que se analizarán en este trabajo, subsecretarios, directivos y coordinadores, pues en éstos recae la responsabilidad de estar bien informados así como sostener vínculos en donde la comunicación juega un papel muy importante. Sin el uso de la tecnología y los medios de comunicación modernos, en la actualidad la eficacia en el desempeño de una persona no existe.

Para la Teoría de la Nueva Gestión Pública, el uso de las tecnologías de información y comunicaciones ocupa un papel importante dentro de las herramientas que propone, esto con el objetivo de facilitar, entre otras cosas los quehaceres del sector público así como fomentar la transparencia y la rendición de cuentas (Bonnina, 2005).

En los años ochentas, las administraciones de muchas partes del mundo se vieron inmersas en la necesidad de diseñar y aplicar reformas de modernización, pues las administraciones públicas se encontraban con escasos recursos además de un profundo descontento social ante el papel que

se estaba desempeñando. Por ello una forma de responder a esa crisis del sector público fue a través de nuevas formas de gestión pública, en donde el uso de tecnologías de información y comunicación como medios de vanguardia se suscitó como medida de incremento a la productividad y dar mayor seguimiento a los proyectos y políticas públicas así como enfrentar la rendición de cuentas y resultados con base en la evaluación. En este sentido, el uso de las tecnologías trajo consigo mejores redes de información en los sectores estratégicos y contribuyó a contar con sistemas más sofisticados de procesamiento de las ideas pero sobre todo, optimizar los tiempos y tener una mejor percepción de las demandas reales de los usuarios (Bonnina, 2005).

Concretamente en México, la eficiencia de los administradores públicos para mantener y operar instituciones dedicadas a la producción de bienes y servicios debió asumirse eficientemente para abatir costos de producción y operación (Parguez, 2002, citado en Ramírez, 2007).

Con la finalidad de hacer más objetiva la descripción de estos constructos se presenta la siguiente tabla comparativa y de asociación de componentes descriptivos de los dos constructos abordados en este espacio, no sin antes aclarar que esta clasificación y análisis no puede usarse indiscriminadamente o de manera generalizada, pero sí en el contexto del fenómeno planteado en este estudio.

Tabla 1. Comparación teórica entre Eficiencia y Eficacia

CONSTRUCO	ENTENDIDO COMO:	ÉNFASIS EN:	IMPLICA:
EFICIENCIA	La mejor manera de hacer algo.	En los medios, la optimización de recursos económicos, humanos y temporales.	<ul style="list-style-type: none"> - hacer las cosas de manera correcta - resolver problemas - salvaguardar recursos - cumplir con tareas - capacitar a otros - planear - programar - conocer
EFICACIA	Hacer lo que debe realizarse.	En el logro de objetivos, metas, propósitos, programas, proyectos.	<ul style="list-style-type: none"> - ser activo - ser constante - tomar decisiones - tener sentido común - conocer - tener habilidades - tener competencias

Fuente: Archivo de la autora

Los mecanismos de Eficiencia y Eficacia en el Desempeño Público son analizados una vez que fueron definidos los términos de eficiencia y eficacia de manera general y desde el enfoque de la función pública, en este apartado se tratará de fundamentar los mecanismos a través de los cuales se logran, es decir, la manera, medios, actitudes, conocimientos y competencias que se ponen en juego para que una persona logre ser eficiente y eficaz en la administración gubernamental.

En este trabajo, el término mecanismo debe ser entendido como el conjunto de las características y/o elementos que hacen que algo se logre o alcance. También se deberá de visualizar como el proceso en el que dicho conjunto de características y/o elementos se conforman en un todo es decir, cómo y con qué una persona logra ser eficiente y efectiva en el desempeño laboral en general y específicamente en la función pública.

Si bien podrían ser muchos las características y elementos que conformen el mecanismo de obtención de la eficiencia y la eficacia, luego de la investigación documental se consideró acotar lo siguiente:

Las decisiones estratégicas para obtener la eficiencia y eficacia en la función pública tienen que ir sustentadas desde la base de la conceptualización de dos de los elementos que la teoría de la Nueva Gestión Pública indica que inciden de manera determinante en la función pública son precisamente la eficiencia y la eficacia. Dichos elementos junto con la ética forman la trilogía que todo funcionario público está obligado a profesar en su labor cotidiana (Younes, 2004).

Aun no se sabe si estos dos elementos, que debe estar presente en cada uno de aquellos que han sido asignados como servidores públicos y expresan su vocación de servicio, se adquiere en la propia formación académica o durante el ejercicio público. Lo que sí se puede apuntar es que la eficacia y la eficiencia pueden conformarse en un conjunto de actitudes que impactan en la toma de decisiones y forma de desempeñarse como funcionario público.

Los mecanismos para la eficiencia y eficacia que serán tomados en cuenta de acuerdo a la teoría de Capital Humano y la materialización de competencias, capacidades y compromisos, para esta investigación son:

Tabla 2. Asociación de Elementos de Capital Humano, Constructos de Investigación y Mecanismos de Obtención de la Eficiencia y Eficacia.

ELEMENTOS DEL CAPITAL HUMANO	MATERIALIZACIÓN	CONSTRUCTO ASOCIADO	MECANISMOS
Competencias en el desempeño	a) Gestión de la formación: que supone contemplar la cantidad de formación, su calidad, la aplicabilidad y el acceso a la misma.	Eficacia Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de estudios formales de educación superior Área de conocimiento Aérea de conocimiento y relación con sus funciones o perfil de puesto
	b) Gestión para definición y difusión de competencias o valores necesarios para alinearse con la estrategia y el logro de los objetivos.	Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> Toma de decisiones Jerarquización de valores Obtención de resultados
La capacidad de innovar y mejorar	a). Gestión de la diversidad.	Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> Alternativas Planeación
	b) Gestión de la colaboración	Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> Trabajo en equipo
	c) Gestión de la iniciativa y de la creatividad.	Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> Iniciativa Creatividad
	d) Gestión del aprendizaje.	Eficiencia Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para aprender cosas nuevas
	e) Gestión del cambio.	Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> Adaptación
El compromiso y la motivación	a) Gestión participativa: interiorización y compromiso con el proyecto	Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad Compromiso Perseverancia Continuidad
	b) Gestión del reconocimiento, la motivación y la compensación.	Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> Motivación endógena Motivación exógena
	c) Gestión de la comunicación interna: canales, mensajes.	Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación oral Comunicación escrita
	d) Gestión del clima de trabajo.	Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> Liderazgo
	e) Gestión del cumplimiento.	Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> Puntualidad

Eficacia

- Asistencia
 - Logro de objetivos
-

Fuente: Archivo de la autora

METODO

Este estudio que se realizó fue de tipo cuantitativo el cual permitió analizar la hipótesis formulada. A mayor relación entre la preparación académica profesional de los funcionarios públicos del Gobierno del Estado de Nuevo León, mayor eficiencia y eficacia en su desempeño laboral. Para analizar el fenómeno se aplicaron encuestas de opinión dependencias del Gobierno Estatal, contando con la participación de personas con carrera profesional y un puesto por asignación de primero o segundo nivel en la escala jerárquica de la función pública. Se analizaron las variables eficacia y eficiencia y la relación con la preparación académica profesional de los funcionarios públicos.

Estudiar la relación que existe entre la preparación académica profesional de los servidores públicos y la obtención de la eficiencia y efectividad en el desempeño laboral dentro de la función pública, es importante para contribuir con la investigación del campo de las Ciencias Políticas y la Administración Pública. Su finalidad es la obtención del conocimiento del proceso de inclusión de capital humano a la función pública y su desarrollo profesional dentro de la organización para conocer los mecanismos a través de los cuales se seleccionan y se asignan puestos en las instancias gubernamentales y la manera en que se desempeñan.

El objetivo general de la investigación fue determinar si hay relación entre la preparación académica profesional de los servidores públicos con la eficiencia y eficacia en su desempeño laboral a través del conocimiento de los mecanismos que intervienen para obtenerlas y los componente fundamentales que se deben tomar en cuenta para evaluarlas.

La metodología es una de las partes más importantes de cualquier investigación, la cual constituye “un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno”. (Hernández, Baptista y Fernández Collado, 2007). En la investigación, es imprescindible elegir el enfoque que más se acerque a lograr esclarecer los supuestos y lograr los

objetivos del estudio, por ello, el investigador debe hacer un análisis de los mismos y determinar de manera reflexiva la tendencia que ha de guiar su estudio.

Se declara que la investigación está basada en un método descriptivo, pues se orienta hacia el presente y actúa en los niveles de investigación aplicada y activa, no se pretendió modificar o manipular el fenómeno de investigación, sino describirlo, analizarlo, registrar e interpretar las condiciones de cómo se desarrolla (Pérez, 2004). Mediante el método descriptivo, se puede definir el fenómeno de investigación, sus características y componentes, así como delimitar las condiciones y los contextos en que se presenta y las distintas maneras de manifestarse (Hernández, Baptista y Fernández-Collado, 2007). Es además un método que se adapta de manera natural a los fenómenos de investigación sociales y políticos de grupos como el que contiene este documento.

Con respecto al tiempo, esta investigación es transversal, pues se realizó en un sólo momento histórico y a pesar de que se han invertido dos años para la planeación del estudio y la penetración teórica, la recolección de datos se suscita en un tiempo determinado. Esto facilitó el estudio y se contextualizó el fenómeno a la realidad actual.

El plan a seguir para el desarrollo de la investigación, se basó en los pasos del método científico ya que dicho método constituye la ruta por la cual se planeó llegar a obtener los datos necesarios para responder a las interrogantes de investigación.

Para la elección de los participantes se tomaron en cuenta tres condiciones fundamentales en el momento de la aplicación del instrumento de recolección de datos: que se encontraran desempeñándose laboralmente algún puesto público dentro de alguna dependencia central o descentralizada del Gobierno del Estado de Nuevo León, que contaran con estudios académicos profesionales al menos de educación superior terminados y que su nivel de puesto fuese de primero a tercer nivel, director general, director de área o coordinador. No se tomaron en cuenta características de género en el estudio ni tampoco se consideraron funcionarios que hubieran obtenido su puesto público por elección popular.

La muestra intencional y por conveniencia en la que se aplicó el instrumento de recolección de datos estuvo conformada por 30 funcionarios públicos, los cuales participaron de manera voluntaria.

Los sujetos de estudio se contabilizaron en un total de 30 y los principales datos para hacer el estudio como variables socio demográficas y de control fueron la edad; el área de conocimientos con base en sus estudios profesionales académico formales de nivel superior y/o posgrado, así como el número de años dedicado a dichos estudios, años de experiencia en la función pública, también la relación de sus estudios profesionales académicos formales con el área de desempeño laboral en el gobierno estatal entre otras que a continuación se describen.

De los 30 participantes en el estudio, 11 tienen entre 24 y 37 años de edad, 15 de ellos entre 38 y 47 y 4 personas son de 48 años o más. Se consideró importante la edad cronológica de los participantes como una variable de control. Cabe mencionar que la edad más baja fue considerada con base en la aproximación que existe con la edad en la que, una persona termina sus estudios profesionales de carrera dentro del sistema educativo mexicano.

Dado que el estudio se centra en la preparación formal y debido a los tiempos actuales en donde las personas consideran aun más continuar con estudios de posgrado, se detectó que 21 personas cuentan con educación académica de nivel superior, 8 han cursado un posgrado y una persona tiene el grado de doctor.

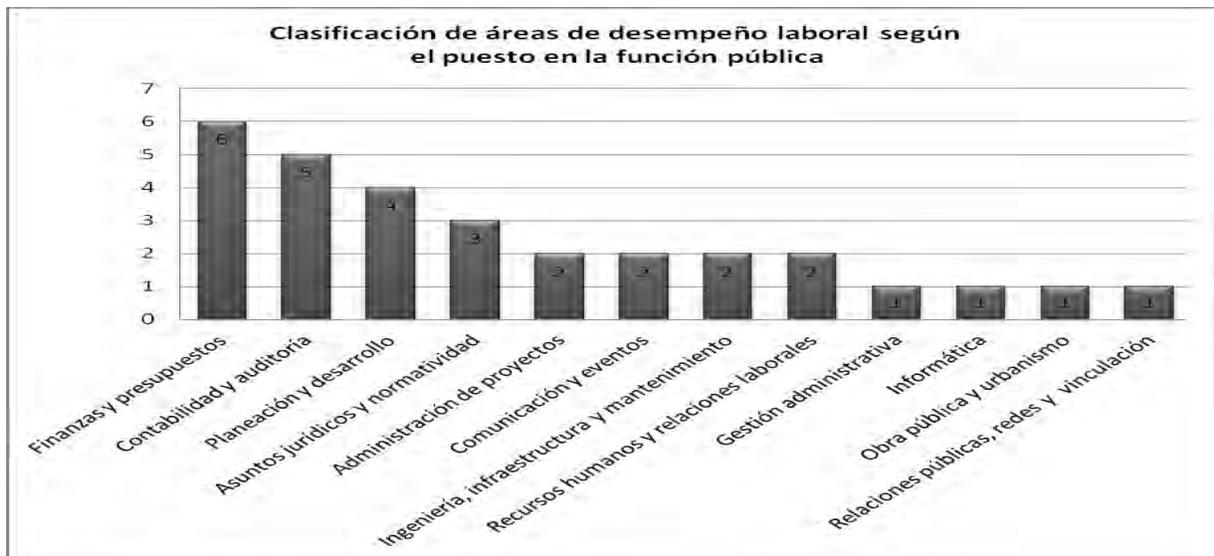
De los sujetos estudiados, solo 5 de 30 cursaron estudios relacionados con la Administración Pública. Sin embargo también fue importante indagar cuántos individuos del total de la muestra habían en un momento dado estudiado de manera informal algo relacionado con la Administración Pública y se detectó que solo 8 habían cursado estudios no formales relacionados con esta área del conocimiento mientras que otros 22 no habían llevado a cabo, cursos, talleres o diplomados al respecto.

Debido a la gran diversidad de oferta de carreras que existe en México se acotó la información al respecto dividiendo por grandes áreas de las ciencias y así obtener la información sobre el área de conocimiento que los participantes cursaron. Fue así como se encontró que la mayoría de los encuestados, estudiaron carreras de educación superior y/o posgrados del área de Ciencias Sociales, 7 de ellos en Ciencias Exactas y 4 Ciencias Puras o Básicas.

Como una variable de control se consideró tener la información sobre el número de años de experiencia en la función pública de los participantes, encontrándose que 8 cuentan con una mínima experiencia entre 0 y 3 años, mientras 7 y 6 individuos tienen entre 4 y 7 años y entre 8 y 11 años en puestos públicos mientras que solo 3 han trabajado entre 12 y 15 años, así mismo se detectó que 5 funcionarios acumulan entre 16 y 19 años en el desempeño público mientras que uno solo tiene más de 20 años dedicados a este tipo de trabajo.

Luego de la pertinente revisión de las áreas laborales generales que el Gobierno del Estado de Nuevo León, tiene como principales líneas de acción en los puestos directivos y coordinaciones, se encontró que los encuestados se distribuyen en 12 de las diversas temáticas laborales que se cubren en la función pública, como se puede observar a continuación.

Gráfico 1. Resultado de la la clasificación de áreas de desempeño laboral.



Fuente: Archivo de la autora

Cabe mencionar que las áreas antes expuestas no corresponden necesariamente al nombre del puesto de los participantes y que a por supuesto no son todas las que se abarcan en el gobierno estatal, quedando sin correspondencia con los encuestados áreas como Asuntos Internacionales,

Atención Ciudadana, Competitividad y Capacitación, Educación, Desarrollo Regional, Estadística y control, Medio Ambiente y Recursos Naturales, Salud y Seguridad entre otras.

Se encontró que exactamente el 50% de la muestra estudiada, manifiestan tener relacionada el área laboral con el área de conocimiento de su preparación académica profesional formal. Dicha relación se pudo observar en la siguiente tabla:

Tabla 3. Área Laboral de los sujetos de estudio.

Área laboral	No de funcionarios públicos	Si hay relación sus estudios académicos profesionales formales	No hay relación sus estudios académicos profesionales formales
1 Finanzas y Presupuestos	6	4	2
2 Contabilidad y Auditoría	5	2	3
3 Planeación y Desarrollo	4	2	2
4 Asuntos Jurídicos y Normatividad	3	1	2
5 Administración de Proyectos	2	2	
6 Comunicación y Eventos	2	1	1
7 Ingeniería, Infraestructura y Mantenimiento	2	1	1
8 Recursos Humanos y Relaciones Laborales	2	1	1
9 Gestión Administrativa	1		1
10 Informática	1	1	
11 Obra Pública y Urbanismo	1		1
12 Relaciones Públicas, Redes y Vinculación	1		1
	30	15	15

Fuente: Archivo de la autora

Del total de los participantes solo 8 declararon haber sido contratados con base en sus estudios profesionales mientras que el 22 dijeron que al ser seleccionados para ejercer su puesto en la función pública, no se hizo énfasis en su preparación académica profesional para ser ocupados laboralmente. 18 personas fueron cuestionadas y seleccionadas con base en su experiencia laboral dentro de la función pública para ser contratados y los 12 restantes dijeron que no se tomó en cuenta si contaban con experiencia en la función pública para ser seleccionados para ocupar un puesto público.

Estos datos cuantitativos sirvieron básicamente para analizar la interacción entre las cuatro variables del estudio; eficiencia, eficacia, desempeño laboral y preparación académica profesional formal cuyos resultados se mencionan a continuación:

La herramienta de recolección de datos fue un cuestionario que se diseñó de tal manera que correspondiera a las necesidades de la investigación y aportara los resultados suficientes para analizar el fenómeno de investigación. En la elaboración del instrumento se mantuvo cuidado de los siguientes aspectos: la claridad en las instrucciones o procedimientos de aplicación, los ítems el vocabulario y redacción de acuerdo a la población y muestra.

El cuestionario se aplicó con la técnica de la encuesta y tiene como característica principal, estar redactado en forma sencilla y comprensible, consta de 54 preguntas cerradas con opción a respuesta con escala de Likert, en las cuales están consideradas las variables del estudio; eficiencia, eficacia, desempeño profesional y preparación académica profesional. Para la aplicación del instrumento, fue necesario contar con voluntarios que accedieran a ofrecer su tiempo para contestar el instrumento.

La validez y confiabilidad de la encuesta, se basó en el grado en que mide lo que se propone, es decir la “pertinencia, significancia y utilidad de inferencias específicas hechas a partir de los datos” (Gall, et al., 1996). De tal manera que la validez es un juicio sobre la pertinencia de lo que se deduzca a partir de los datos obtenidos.

Los ítems fueron elaborados con bases teóricas de la Administración Pública de Taylor y Bonnin, el enfoque sistémico en las organizaciones laborales y la gestión de las personas en las organizaciones del sector público de Longo (2004) y Aguilar (2011) y se tomaron en cuenta indicadores de modelos de calidad y evaluación de la función pública de Oropeza (2005). Se pretendió que los 54 reactivos midieran los constructos del fenómeno a investigar. Además la encuesta tiene un espacio dedicado a la obtención de datos socio-demográficos de los participantes y que se consideraron fundamentales para medir las variables antes mencionadas. Para medir la variable 1: Eficiencia se contaron con 9 reactivos, para la variable 2: Eficacia 26, mientras que para la variable 3: Desempeño laboral se utilizaron 5 ítems y para la Variable 4: Preparación académica profesional 6 y el resto fueron preguntas para datos socio demográficos.

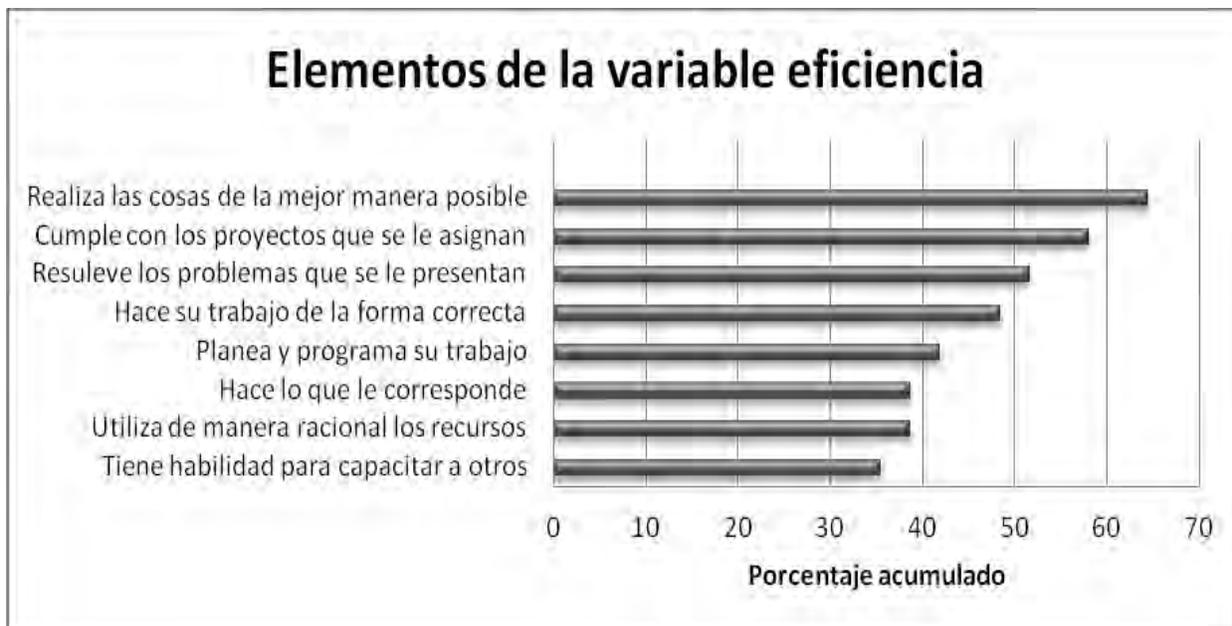
La validez y confiabilidad de instrumentos se sustentó en la herramienta Alpha de Cronbach que arrojó 0.79. Este trabajo ofrece información de carácter básico y práctico, el cual se desarrolla en el ámbito de la función pública del Gobierno del Estado de Nuevo León, podrá ser útil como consulta para la toma de decisiones en la asignación de puestos sin embargo dada la amplitud del tópico también puede ser aplicada en diferentes instituciones públicas, niveles de gobierno y contextos políticos en otro momento. Además se pretende establecer nuevas líneas de investigación toda vez que aborda un problema con diferentes vertientes que incluyen principalmente el campo de las Ciencias Políticas en el área de análisis de la Administración Pública relacionada con la educación y estudios sobre capital humano mismos que se pueden diversificar en investigaciones posteriores a la presente.

El procedimiento a seguir para la aplicación del instrumento fue acudir directamente con los funcionarios participantes, darles las instrucciones de llenado del cuestionario y proceder al llenado de preguntas. Cada individuo utilizó entre 10 y 15 minutos para manifestar su opinión en el total de los reactivos. Una vez recolectados los datos se capturaron las bases de datos necesarias para el análisis de resultados.

RESULTADOS

En la variable 1. Eficiencia, se encontró que conocer resolver problemas, hacer las cosas de la mejor manera posible, utilizar los recursos humanos y materiales de la manera más racional posible y hacer el trabajo de manera correcta haciendo lo que le corresponde, cumplir con los proyectos que se le asignan y planear el trabajo son los elementos que inciden para que el funcionario público sea eficiente. Es así como los porcentajes de frecuencias mostraron que la mayoría realiza las cosas laborales de la mejor manera posible mientras que el elemento menos logrado en cuanto a eficiencia se refiere es la habilidad para transmitir el conocimiento o capacitar a otros. Se mantienen cercanos a la media la resolución de problemas y hacer el trabajo de la forma correcta, es decir de la mejor manera conocida por ellos mismos y según sus conocimientos y preceptos valorales.

Gráfico 2- Elementos de la variable eficiencia-

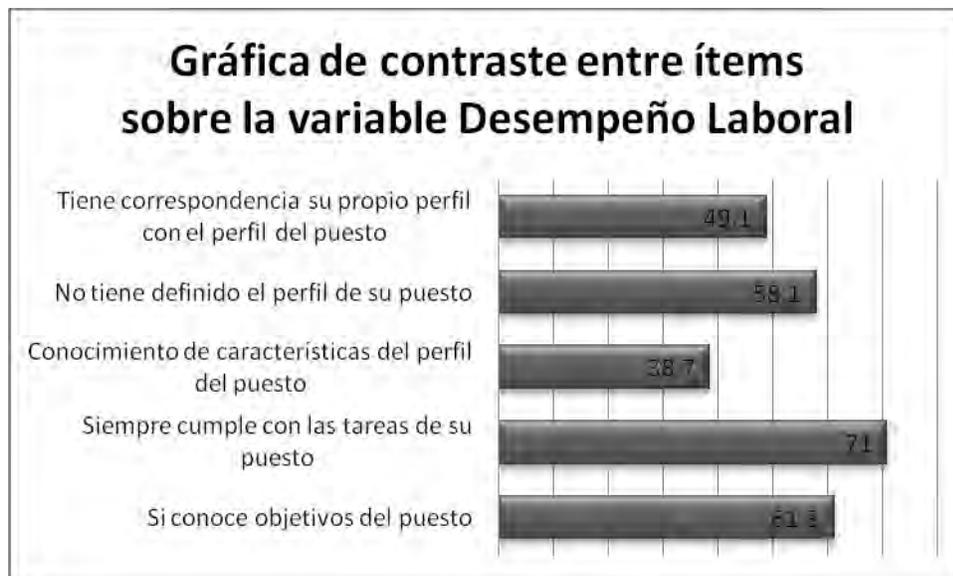


Fuente: Archivo de la autora

La variable eficacia, fue un constructo compuesto multifactorial, el cual se midió mediante 26 ítems y entre los resultados más sobresalientes se encontró que

Al medir la variable 3 Desempeño Laboral se consideraron conocer los objetivos y metas del puesto, las características del perfil requerido para el mismo, el nivel de conocimiento acerca del perfil, la correspondencia entre su propio perfil y el perfil del puesto así como el cumplimiento de las tareas propias del desempeño laboral y se encontró que el 61% de los participantes dicen tener conocimiento de los objetivos de su función o puesto laboral y un poco más, el 71% declararon cumplir con las tareas propias de su desempeño laboral. Sin embargo al preguntar sobre el conocimiento de objetivos y características de su puesto, cerca del 40% y el 60% respectivamente no manifiestan conocerlos los objetivos y el perfil de forma definitiva, por lo cual se infiere que la mayoría de los participantes al manifestar en forma definitiva que sí cumplen con los objetivos y con las tareas propias de su desempeño, es por un supuesto y no por información formal de dichos elementos del desempeño laboral.

Gráfico 4 Contraste entre ítems sobre la variable Desempeño Laboral.



Fuente: Archivo de la autora

Conclusiones

En todas las organizaciones y en la función pública no siempre deben de estar definidos los perfiles de los puestos y formalizados los objetivos laborales pues sin ello difícilmente una persona puede cumplir con eficiencia y eficacia sus tareas, es indudable que no se puede cumplir con algo que no está establecido, por lo que el estudio concluye que la estrategia principal para que los funcionarios laboren de manera eficiente y efectiva es la definición formal y planeada de cada función, objetivo y tarea de todos los puestos públicos.

Así mismo se construye que al tampoco se puede hacer la selección y asignación correlacionada con los estudios académicos profesionales si no hay una clara definición de los puestos y actividades inherentes a los mismos, es tarea de los líderes de los procesos de asignación, primero establecer los perfiles de puestos para luego hacer la selección adecuada para los mismos, considerando aquellos mecanismos que intervienen en cada función y no por asignación espontanea o perceptiva.

Finalmente para la variable dependiente Preparación Profesional, se midió mediante los siguientes elementos; incidencia entre la preparación académica y el desempeño laboral, necesidad de contar con conocimientos académicos relacionados con la Administración Pública,

utiización de conocimientos generales adquiridos durante la preparación académica formal, relación de la temática de las asignaturas de su carrera profesional con el desempeño laboral y la importancia de su preparación académica como factor determinante para conseguir el puesto en la función pública.

Para la mayoría de las personas que desempeñan un trabajo en la administración pública del Gobierno de Nuevo León, quienes fueron los sujetos de estudio para esta investigación, la preparación académica profesional tienen un nivel de incidencia determinante para lograr la eficiencia y eficacia en el desempeño laboral.

Se determinó que los mecanismos de obtención de la eficiencia y la eficacia en el desempeño laboral son el conjunto de acciones, cualidades, competencias y atributos con los que una persona se labora dentro de la administración pública y los componentes fundamentales que se deben evaluar para conocer si el administrador público se desempeña con eficiencia y eficacia deben estar apegados a los indicadores de modelos de calidad y la evaluación del desempeño.

Los 30 administradores considerados, se encontraban laborando en el momento de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos dentro del Gobierno Estatal de Nuevo León. Como resultado de los seis ítems socio-demográficos los resultados arrojaron que:

El 100% cuentan al menos con estudios de preparación profesional, misma que en México también se le denomina nivel licenciatura. Del total, solo dos participantes tienen estudios de posgrado de nivel doctoral y ocho de nivel maestría.

Tomando en cuenta que no se consideraron administradores públicos cuyo cargo fuese de elección popular, la distribución de la muestra se colocó de la siguiente manera, un participante se encontraba en nivel de subsecretario, cuatro como directores y 25 encuestados como coordinadores de área.

Respecto a su preparación profesional, las áreas del total de la muestra el 66% estudio carreras profesionales insertadas en las Ciencias Sociales, el 24% en Ciencias Puras o Básicas y el 10% en ciencias Exactas sin embargo un 30% manifestaron tener estudios informales relacionados con el área de Administración Pública, entre los cuales se consideran diplomados, talleres o cursos.

Es de gran importancia que toda organización laboral, considere que para lograr la eficiencia y eficacia y con ello optimizar la calidad y rendimiento de su capital humano, se guarde congruencia entre la preparación académica profesional con el perfil del puesto y áreas de conocimiento relacionadas con éste.

La inversión en la educación superior tendrá que ser considerada seriamente si el capital humano, producto de las instituciones educativas no es acorde a lo que las organizaciones necesitan. Es bien sabido que un egresado al insertarse laboralmente a una organización, regularmente requiere de un tiempo de capacitación mismo que no tendría que ser necesario si la preparación profesional y los perfiles de los puestos laborales se empataran antes de la elección del personal por lo que el costo de preparación y el costo de capacitación significa un doble esfuerzo económico para todos.

La eficiencia y la eficacia en el desempeño de los servidores públicos es una necesidad urgente en las instituciones gubernamentales y la asignación de puestos y responsabilidades debe ser meditada y enlazada a la preparación académica con la finalidad de mejorar procesos de la administración pública y de aprovechar los conocimientos adquiridos en la preparación profesional, lo cual significaría un mayor rendimiento en el desempeño público.

Referencias

- Aguilar, C., (2011) El capital humano: Definición y características. Revista Digital Axeleratum Capital Humano, Planeación, Recursos Humanos. Artículo publicado el 18 de septiembre de 2011. En <http://axeleratum.com/2011/el-capital-humano-definicion-y-caracteristicas/>
- Bonnina, C. (2005). Tecnologías de información y Nueva Gestión Pública: experiencias de gobierno electrónico en México. No. 167. CIDE Colección de Documentos de Trabajo para difundir avances de investigación. Centro de Investigación y Docencias Económicas. México
- Claude, G. y Álvarez, L. (2005) Historia del Pensamiento Administrativo. Ed. Person Educación de México: México.
- Fernández, R. M. y Sánchez, J. (1997) Eficacia Organizacional. Concepto, Desarrollo y Evaluación, editorial ediciones Díaz de Santos S. A.: Madrid
- Gall, M., Borg, W., Gall, J. (1996). Educational Research: An introduction. Longman. White Plains. N.Y.
- Hernández, J. J. L. (2010), El vínculo entre las competencias laborales y el ejercicio del servidor público, como una propuesta de formación. Daena: Internatiional Journal of Good Conscience, 5(2) 1-15. Ocburbe 2010 ISSN 1870-557X. Localizada en las Bases de Datos de la Biblioteca Digital del Sistema de Bibliotecas de la Universidad Autónoma de Nuevo León.
- INEGI (2013) Instituto Nacional de Estadística y geografía. Recuperado en enero 2015 en www.inegi.org.mx. México.
- Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos Federales. Cámara de diputados del H. Congreso de la Unión, Secretaría General, Secretaría de Servicios Parlamentarios. Dirección General de Servicios de Documentación, Información y Análisis. Última Reforma 2012. En: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/115.pdf>
- Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado y Municipios de Nuevo León. Periódico Oficial del Estado 29 de enero de 1997. Última Reforma 3 de julio de 2010. En: http://sg.nl.gob.mx/Transparencia_2009/Archivos/AC_0001_0002_0056682-0000001.pdf
- Longo, F. (2004). Mérito y Flexibilidad, La gestión de las personas en las organizaciones del sector público. Ediciones Paidós Ibérica S. A.: Barcelona.
- Longo, F. (2004). Mérito y Flexibilidad, La gestión de las personas en las organizaciones del sector público. Ediciones Paidós Ibérica S. A.: Barcelona.
- Oropeza, L. A. (2005). *La Evaluación de la Función Pública en México*. Plaza y Valdés, S. A. de C. V.: México
- Parejo, L. A. (1995). Eficacia y Administración. Tres estudios. Ed. MAP Ministerio para las Administraciones Públicas, Instituto Nacional de Administración Pública y Ministerio de

la Presidencia Oficial del Estado, 1ª edición: Madrid.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422007000200007&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Portal del Gobierno del Estado de Nuevo León, (2012) en:
http://www.nl.gob.mx/?P=ctg_programas_cod_de_eti

Ramírez, E. C. El proceso de privatización: Antecedentes, implicaciones y resultados. Revista SCIELO, Contad, Adm n.222 México may/ago.2007) Artículo de investigación

Sentíes S. M. E, y Meza T. M. C (2011) La Administración Pública en México frente al siglo XXI, Retos y Oportunidades. Revista de Alta Tecnología y la Sociedad. Academia Journals.com ISSN 1940-2171. Volumen 5, 2011, No.1.

Stoner, J., Freeman, E., y Gilbert, D., (1996). Administración. Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, S. A. 6ª edición: México

Villalba, A. A. (1994) La eficacia de la Administración Pública. Diario El País. Archivo editorial del lunes 17 de enero de 1994. Secretario general de Comisiones Obreras de la Administración de la Seguridad Social.
http://elpais.com/diario/1994/01/17/economia/758761212_850215.html

Younes, D. M., (2004) Panorama de las Reformas del Estado y de la Administración Pública. Colección Textos de Jurisprudencia. Bogotá: Centro Editorial Universidad del Rosario.



LA IMPORTANCIA DE LA DEFINICIÓN DEL PERFIL DOCENTE DE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN INGENIERÍA.

Autores:

Dra. María Isabel Dimas Rangel
Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica
Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza.
maria.dimasrn@uanl.edu.mx
Nacionalidad Mexicana

Anayancy Treviño Sánchez
Facultad de Contaduría Pública y Administración
Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza.
any.trev94@hotmail.com
Nacionalidad Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 17/Junio/2015

Resumen

Los logros de una Institución de Educación Superior (IES) se obtienen en base al desempeño de sus profesores y el liderazgo de sus directivos, dichos promotores de la mejora continua sin duda alguna cuentan con algunas características que posibilitan esta proactividad, debido a esto la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (FIME), destaca la importancia de contar con actores académicos con un perfil orientado al fortalecimiento de la institución educativa. Tomando como referencia las acciones sustantivas que los organismos evaluadores y certificadores consideran al momento de evaluar la planta docente de una IES, se propone una serie de estrategias de gestión académico-administrativa que contribuye a la definición del perfil docente. A partir de la aplicación de dichas propuestas de mejora, como la promoción del análisis de datos como una cultura de toma de decisiones, en base a los resultados se propone el rediseño de procesos así como la sensibilización de los docentes y el seguimiento a los indicadores de medición, se obtiene como resultado un impacto favorable en cuanto al fortalecimiento de la planta académica, logrando el incremento en un 15% de profesores investigadores que obtienen la distinción como miembro del Sistema Nacional de Investigadores, de igual manera el reconocimiento otorgado por el Programa para el Desarrollo Profesional Docente para el Tipo Superior (Prodep), el cuál refleja un incremento de un 19% desde el inicio de este proyecto. La realización de este estudio y el análisis expuesto favorece a la reflexión

acerca del papel trascendental que tienen los docentes en la formación integral del egresado así como el impacto de las actividades de gestión.

Palabras clave: *Perfil Docente, Profesor de Calidad, Formación Integral del Estudiante, Fortalecimiento de los Programas Educativos, Organismos Evaluadores y Certificadores.*

La Importancia de la Definición del Perfil Docente de una IES en Ingeniería

La educación es uno de los factores que tiene más influencia en el avance y progreso de personas y sociedades, ya que provee conocimientos, enriquece la cultura, el espíritu, los valores y todo aquello que caracteriza a los seres humanos. Por esto mismo, resulta necesaria en todos los sentidos. Además es un instrumento importante que contribuye al logro de mejores niveles de bienestar social y de crecimiento económico.

En las economías modernas el conocimiento se ha convertido en uno de los factores más importantes de la producción. Las sociedades que más han avanzado en lo económico y en lo social son las que han logrado cimentar su progreso en el conocimiento, tanto el que se transmite con la escolarización, como el que se genera a través de la investigación. En la sociedad del conocimiento la importancia del capital centrado en el individuo radica en que es fuente de creación de ventajas que proceden de la información, la formación, la pericia, la capacidad creativa, la habilidad para identificar y resolver problemas así como el liderazgo. La institución educativa parece constituirse en el espacio privilegiado de creación del capital intelectual de la sociedad. (Robles, J. N., & Navarro, D. M., 2012).

La experiencia mundial muestra la existencia de una estrecha correlación entre el nivel de desarrollo de los países, en su sentido amplio, con la fortaleza de sus sistemas educativos y de

investigación científica y tecnológica, según estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), un año adicional de escolaridad incrementa el pib per cápita de un país entre 4 y 7%.

A nivel internacional y nacional existe una profunda preocupación por mejorar la calidad de las instituciones que imparten este servicio mediante esfuerzos conjuntos y comprometidos. Desde la década de los noventa, organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Centro Regional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (CRESALC), sugirieron la adopción de un nuevo rol del docente de educación superior, acorde con las demandas de una nueva sociedad globalizada y capaz de apoyar el desarrollo integral del estudiante; esto implica el compromiso de las IES de asumir una nueva visión y un nuevo paradigma para la formación de los estudiantes, basados en el aprendizaje a lo largo de toda la vida, la orientación prioritaria hacia el aprendizaje autodirigido (aprender a aprender, aprender a emprender y aprender a ser) y el diseño de nuevas modalidades educativas en las cuales el alumno sea el actor central en el proceso formativo.

Hoy en día la educación superior debe enfrentar retos particularmente difíciles como el de formar profesionales capaces de generar y conducir los cambios de la sociedad, además de incidir de manera cada vez más decidida, permanente y eficaz en su contexto. Una IE tiene como misión lograr y mantener un compromiso social que favorece en la formación de los individuos que integran la sociedad de ahí la trascendencia que estas se organicen con la finalidad de perfilar a los futuros profesionistas. Entre los factores que intervienen en el logro de esta importante labor está la calidad de los programas educativos (PE), su planta docente e infraestructura. En lo que respecta a las instituciones de educación superior en México, Zarzar

(1996) hace mención que éstas enfrentan un problema de raíz en relación con su planta docente, ya que ingresan a ellas pasantes o egresados de diferentes licenciaturas, sin ninguna formación específica para la docencia. Ante esta situación que viven las instituciones de educación superior, se hace necesaria la formación de su personal académico. Además de otros elementos que hay que considerar en el fortalecimiento de la planta docente. Por lo tanto y en primera instancia se considera la importancia de definir el perfil docente que demanda la IES.

Marco Teórico

Una Institución Educativa debe de ser reconocida por la formación de los profesionistas, como individuos preparados y productivos para la sociedad. Este resultado se puede llevar a cabo con la participación activa de los profesores acentuando la importancia que tiene el personal académico sobre la formación de los egresados, los cuales se deben caracterizar por contar con elementos que le ayuden a hacer frente a los retos del mundo laboral: ser multidisciplinarios al desarrollarse en las áreas de conocimiento relacionadas con su formación, capacidad de adaptación, conocimiento de diferentes idiomas, culturas y apertura para relacionarse en el mundo laboral internacional, facilidad para trabajar colaborativamente, sin dejar de lado la búsqueda de certificaciones que avalen sus fortalezas, entre otros.

Por lo tanto resulta un asunto prioritario de las IES, contar con una planta docente que contribuya positivamente en la generación de profesionistas calificados y comprometidos socialmente con el desarrollo del país, tal como lo menciona (Martínez García & García Domingo, 2006): “sin profesores competentes la universidad no podría conseguir sus metas”.

La labor que realiza el docente en las aulas es de vital importancia debido a que es considerado como una influencia en la formación de los estudiantes considerando el perfil profesional del profesorado, como el conjunto de competencias que identifican la formación de una persona,

para asumir en condiciones óptimas las responsabilidades propias del desarrollo de funciones y tareas de una determinada profesión.

En este contexto, (Gutierrez & Langarica, 1994) definen el perfil docente en la educación, como "el instrumento estratégico de la planeación académica, diseñado para configurar las características relevantes de los elementos: profesor y alumno, en relación con los objetivos del proceso educativo". Por su parte la Convergencia Europea, menciona que es necesario definir el perfil del profesor universitario como uno flexible, transferencial y polivalente, para así asegurar una docencia de calidad capaz de adecuarse a la diversidad y a los continuos cambios que se presentan en la sociedad. De ahí la necesidad de destacar el papel del personal docente, como facilitador y tutor en la formación de los estudiantes, que contribuye positivamente en el desarrollo de los futuros profesionistas.

Por esta razón las IES, deben integrar los esfuerzos que realizan por contar con docentes de calidad, que fortalezcan los programas educativos de las instituciones, esto, definitivamente no es una labor sencilla, pues así como se requieren diferentes características en los estudiantes, también se demandan algunos rasgos deseables en el docente como: "Poseer amplia competencia y formación disciplinaria reconocida así como permanecer en constante renovación profesional, dominar técnicas y herramientas pedagógicas que promuevan el aprendizaje y la formación integral de los estudiantes, propiciar el desarrollo de capacidades de los estudiantes, manejo de instrumentos para su apoyo en procesos de aprendizaje y tutoría, por mencionar algunos" (UANL, 2011). Para ello es necesario cultivar algunos rasgos deseados que se demandan de un docente de calidad, considerando estos elementos como parte de su perfil, los cuales son: conocimientos, habilidades, actitudes y valores, tal como lo señala la Subsecretaría de Educación Superior (SEP), así mismo es relevante considerar su nivel de habilitación el cual es influyente

en su misión, este nivel de formación lo faculta para el desarrollo de diversas estrategias que coadyuvan en el proceso formativo de los estudiantes, de igual manera es trascendente valorar el involucramiento del docente en determinadas acciones sustantivas como la docencia, gestión, investigación y tutoría, determinadas por el Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP) de la Dirección de Superación Académica (DSA), anteriormente Programa de Mejoramiento del Profesorado (PRODEP), como un desarrollo completo y una visión global del proceso educativo, todas ellas en conjunto contribuyen en el desarrollo personal profesional del profesor universitario, beneficiando en paralelo el proceso formativo de los estudiantes. (Bustos Arista, 2015).

Además de la definición de las características importantes en el docente universitario a fin de favorecer en el cumplimiento de su misión, es importante considerar los marcos de referencia que influyen en el quehacer educativo a fin de coadyuvar al fortalecimiento de los Programas Educativos (PE) de las IES. Dichas instituciones requieren establecer procesos de evaluación con motivos de acreditación que revisen su función social, suficiencia y calidad de servicio que proveen.

México cuenta con instancias certificadoras en el contexto de educación superior que contemplan la planta docente, entre las cuales destacan: los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES) entre sus principales objetivos destaca contribuir al mejoramiento de la calidad a través de la evaluación externa, y generar información pertinente del desempeño de las IES en su conjunto (planta docente, planes de estudio, estudiantes, gestión institucional y administrativa), que contribuya a facilitar la toma de decisiones de las instituciones educativas y gubernamentales (CIEES, 2014); y el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior, A. C. (COPAES) que tiene por objetivo conferir reconocimiento

formal a favor de las organizaciones cuyo fin sea acreditar programas de educación superior, profesional asociado y técnico superior universitario, previa valoración de sus capacidades técnicas, operativas y estructurales. (COPAES, 2014).

Se identificaron también otras instituciones evaluadoras de PE a nivel posgrado con un enfoque preferentemente en investigación, tal como el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) el cual es administrado de manera conjunta entre la Secretaría de Educación Pública a través de la Subsecretaría de Educación Superior y el CONACyT. En sus propósitos establece el de reconocer los programas de especialidad, maestría y doctorado en las diferentes áreas del conocimiento, mismos que cuentan con núcleos académicos básicos, altas tasas de graduación, infraestructura necesaria y alta productividad científica o tecnológica, lo cual les permite lograr la pertinencia de su operación y óptimos resultados. De igual forma, el PNPC impulsa la mejora continua de la calidad de los programas de posgrado que ofrecen las Instituciones de Educación Superior (IES) e instituciones a fines del país.

Un punto de referencia importante en el desarrollo de los profesores es el que ofrece la Secretaría de Educación Pública (SEP) a través del cumplimiento al perfil deseable PRODEP, el cual busca elevar permanentemente el nivel de habilitación del profesorado con base en los perfiles adecuados para cada subsistema de educación superior. De esta manera impulsar la superación sustancial en la formación, dedicación y desempeño del trabajo colegiado a través de los cuerpos académicos de las instituciones pues esto contribuye a elevar la calidad de la educación superior (PRODEP, 2012). Contar con este perfil es un criterio determinante en la vida académica, dado que acredita al docente con determinados atributos que son necesarios para contribuir positivamente en la formación de los futuros profesionistas, debido a esta necesidad se considera como una referencia importante para las instituciones de educación superior.

En conclusión, parte importante en el perfil de un docente es en gran parte cumplir con el deseable PRODEP a través de las actividades académicas en las que se involucra, se consideran cuatro acciones sustantivas: docencia, investigación, tutoría y gestión. La docencia, se reconoce como una actividad enriquecedora ya que ésta permite la interacción cotidiana con los estudiantes, promoviendo la innovación y desarrollo de los mismos que facilitan el aprendizaje individual. Otra acción importante es la investigación que contribuye a su aprendizaje abundando en su área de especialización, cultivando líneas de generación y aplicación del conocimiento que fortalezca los programas educativos en los que participa. Así mismo las actividades relacionadas con la tutoría, ya que sirve como guía y orientación para los estudiantes en formación. La última acción sustantiva importante es la gestión educativa, la cual contribuye al desarrollo de la labor docente. Todas estas acciones favorecen el desarrollo docente tanto en lo personal como en lo educativo, mostrando un mejor perfil que puede ser usado como una ventaja competitiva para una Institución.

Metodología

En este apartado se presenta la forma en la que se realizaron las etapas de este trabajo de investigación. Se analiza el contexto educativo a fin de considerar los factores que determinan el perfil del docente universitario así mismo se identifica el compromiso social que adquiere el docente con sus estudiantes y con su institución, y se analizan los procedimientos que determinan el perfil docente que contribuye al fortalecimiento de los programas educativos ya que el personal académico es un factor crucial. La definición del perfil debe de tener como objetivo principal la formación integral del estudiante, la cual se define como: “el proceso mediante el cual el estudiante aprende a conocerse a sí mismo y al mundo que le rodea, a transformar ese mundo y lograr su propia autoformación en las diferentes esferas y contextos de

actuación manifestada en una adecuada coherencia entre el sentir, el pensar y el actuar ” por (Torres Bugdud, 2007), para participar activamente en la sociedad, considerando a su vez los organismos evaluadores que ayudan a perfeccionar el perfil docente universitario.

En este trabajo se utilizan los métodos teóricos con el propósito de conocer la esencia y características del objeto de estudio el cual en este caso se relaciona con la determinación del perfil de un docente de calidad. Los rasgos deseables en un docente de calidad, se sugieren en base a los requerimientos que establecen los marcos de referencia que influyen sobre el quehacer de las IES. La selección de personal docente debe sustentarse en procedimientos que aseguren el mayor grado de objetividad, transparencia e imparcialidad. De ahí que quienes evalúen deben reunir esas cualidades y buscar, en el mérito de los postulantes, el referente principal para la toma de decisiones. (Dimas Rangel , 2013).

Además se consideran los programas orientados al desarrollo profesional de los profesores, entre los cuales destaca el PRODEP, quien como ya se mencionó promueve la formalización y reconocimiento de las actividades realizadas por el docente universitario con la finalidad de reconocerlo como un profesor de calidad de igual manera se integra la distinción que otorga el Sistema Nacional de Investigadores (S.N.I.), a los profesores-investigadores con alto desempeño, dado que esto simboliza la calidad y prestigio de sus contribuciones científicas (S.N.I.,2012).

A continuación se describen los criterios considerados por los organismos evaluadores nacionales anteriormente mencionados, mismos que coadyuvan en el establecimiento del Perfil de un Docente.

De acuerdo con los **Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES)**, los criterios del perfil docente se basan en la pertinencia e idoneidad de la habilitación del personal académico con el programa educativo. Esto se refiere a la formación

académica y habilidades profesionales, la formación afín a la disciplina y a los requerimientos del programa, los antecedentes en la labor docente según el nivel, la pertenencia a órganos colegiados, académicos y profesionales, el reconocimiento al desempeño profesional, la existencia de profesores con el perfil PRODEP y el dominio de lenguas extranjeras; certificaciones profesionales y académicas.

Por su parte el *Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC)* establecido por el **Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)**, considera que los criterios son los siguientes:

1. *Distinciones académicas*: Sistema Nacional de Investigadores (SNI) o a otros organismos académicos o profesionales (colegios, academias, asociaciones profesionales, asociaciones o redes relacionadas con la modalidad a distancia, etc.) con reconocimiento local, regional, nacional e internacional.
2. *Organización académica*: Actividades académicas y de gestión complementarias, como participación en jurados de examen, o en comités (evaluadores, selección, de becas, etcétera).
3. *Superación*: Acciones para formación del personal académico como movilidad e intercambio (periodos sabáticos, postdoctorados, asesores académicos visitantes, cátedras, etc.) con instituciones nacionales e internacionales, participación en redes académicas en apoyo a las líneas de generación y/o aplicación del conocimiento, uso y efectos de la aplicación de programas nacionales (PRODEP, CONACyT, otros) y participación en eventos académicos nacionales e internacionales.

EL **Consejo para la Acreditación de la Educación Superior, A. C. (COPAES)** a través del *Consejo de Acreditación de la Enseñanza de la Ingeniería (CACEI)*, incluye la *Docencia*, ya sea frente a un grupo como clases teóricas, prácticas, clínicas, talleres y/o laboratorios. También

considera docencia de forma individualizada como asesorías especializada sobre los cursos que imparten. Así mismo otras actividades docentes como preparación de clases, corrección de exámenes, redacción y preparación de material de apoyo a la docencia, formación propia con fines docentes. *Investigación (Generación y aplicación del conocimiento)*, la cual considera la realización directa de proyectos de investigación o de aplicación innovadora del conocimiento, la redacción y publicación de libros y artículos resultantes, así como también la impartición de conferencias y seminarios; participación activa en reuniones científicas. *Tutoría y dirección individualizada de estudiantes*: Dirección de tesis y proyectos individuales de alumnos. Y por último la *Gestión académica – Vinculación -Gestión académica colegiada*, como la participación en cuerpos colegiados formales (colegios, consejos, comisiones dictaminadoras, etc.). Esta acción también incluye la gestión colectiva de docencia (Comités Curriculares), gestión colectiva de generación y aplicación del conocimiento: comisiones para la evaluación de proyectos de investigación, vinculación o difusión, etc. Así mismo considera la gestión académica personal: dirección, coordinación y supervisión de programas educativos, de investigación, de vinculación o difusión. La gestión académica-vinculación también se refiere a la vinculación con el sector social, el productivo y el de servicios, difusión cultural, formación profesional disciplinaria y pedagógica del profesor y la formación en programas de posgrado (al semestre) u otros programas de capacitación disciplinaria y actualización pedagógica.

Finalmente y como se había mencionado el *Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP)* de la **Secretaría de Educación Pública (SEP)**, considera puntualmente las siguientes acciones sustantivas:

1. *Docencia*: Haber impartido un curso frente a grupo al año, durante los tres años inmediatos anteriores a la fecha de presentar su solicitud ante el programa o durante el

tiempo transcurrido desde su primer nombramiento como PTC en la IES o desde la obtención de su último grado.

2. Generación o aplicación innovadora del conocimiento. Deberá comprobarse con un producto de buena calidad por año en promedio durante los últimos tres años inmediatos anteriores a la fecha de presentar su solicitud ante el PROGRAMA o durante el tiempo transcurrido desde su primer nombramiento como PTC en la IES o desde la obtención de su último grado.
3. Tutorías: Durante el último año inmediato anterior a la fecha de presentar su solicitud. Impartidas a estudiantes o grupos o haber dirigido al menos una tesis.
4. Gestión académica-vinculación, individual o colegiada: organización de seminarios periódicos o de eventos académicos y de vinculación; actividades académico-administrativas; participación en comités de evaluación académica, consejos o comisiones académicas o de vinculación.

En conclusión se observa similitud en lo analizado tal como se muestra en la figura 1:

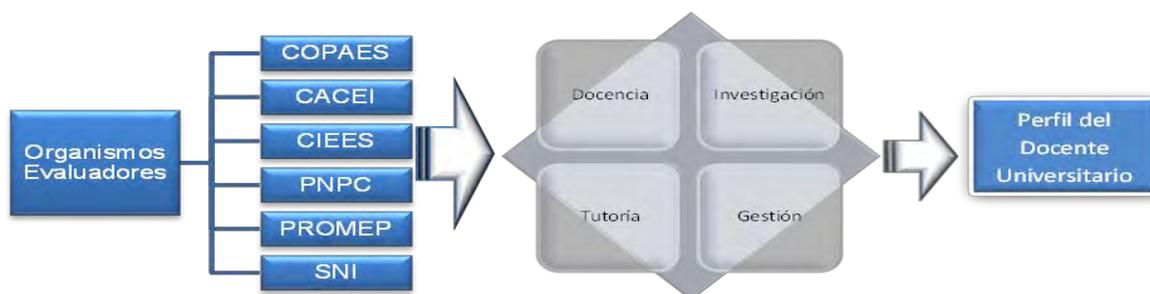


Figura 1, Organismos evaluadores y las acciones sustantivas que consideran al evaluar la Planta Docente de una IES. Fuente: El Perfil Docente Universitario Orientado al Fortalecimiento de los Programas Educativos de una IES, Revista Multidisciplinas de la Ingeniería 2014.

Tomando como referencia las acciones sustantivas que son consideradas al momento de evaluar la Planta Docente de una IES por los organismos evaluadores mencionados previamente, se propone un sistema de procedimientos donde se sensibilice a los directivos involucrados en la operatividad del mismo. Además de promover la realización de indicadores de medición que permitan obtener resultados de la aplicación del sistema y así flexibilizar la aplicación de la normatividad acerca de las actividades académico-administrativas.

En base al análisis de los marcos de referencia mencionados con anterioridad y considerando estos insumos como una guía en el actuar de la institución de estudio, se implementó una estrategia de gestión académico-administrativa que integrara dichos elementos.

Esta estrategia, se sostiene a través del sistema de calidad que gestiona la actividad propia de la institución, ya que ha permitido la sistematización de buenas prácticas que coadyuvan en el logro de objetivos institucionales.

Estrategia de Gestión Académico-administrativa orientada al perfeccionamiento del perfil del docente universitario en el área de ingeniería



Figura No. 2 Estrategia de gestión académico-administrativa, orientada al análisis de indicadores de medición relacionados con la planta docente de una IES.

La anterior figura muestra la secuencia realizada con la finalidad de proponer una estructura de trabajo que favoreciera al análisis de indicadores institucionales relacionados con la planta académica de una IES.

Dicha estrategia se inicia con el *análisis de los marcos de referencia* que influyen la misión de la institución, debido a que estos organismos marcan la pauta en la operatividad académica-administrativa y promueven buenas prácticas que posibilitan la formación de egresados competentes y muestran un escenario claro para la operación de la Institución Educativa.

Posteriormente, en base al análisis de este marco contextual se realiza un *rediseño de procesos* a fin de perfeccionar y estandarizar las prácticas orientadas al fortalecimiento de la capacidad académica.

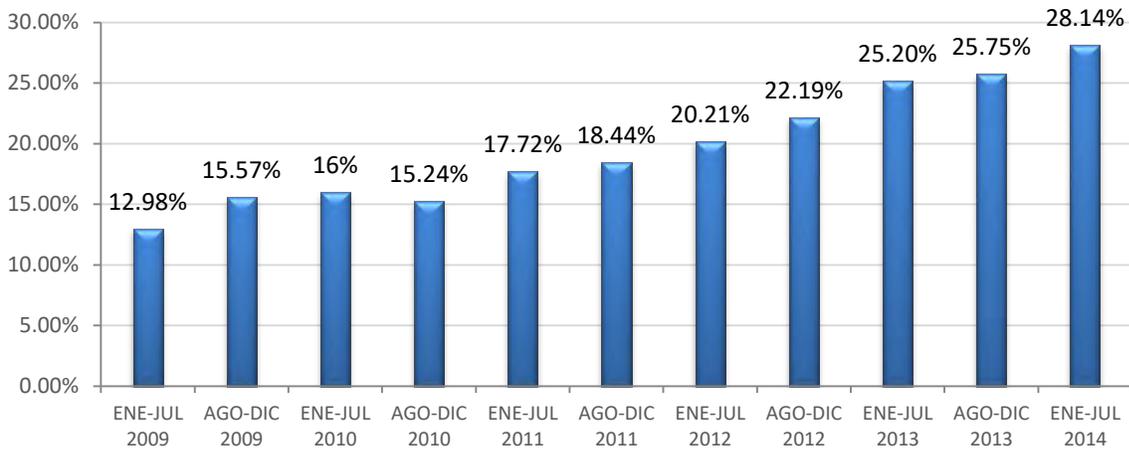
Finalmente se *analizan los resultados obtenidos* de con el propósito de realizar un seguimiento a los indicadores de medición, a fin de identificar los aspectos positivos y oportunidades de mejora en el proceso.

Dicho análisis favoreció en el conocimiento de la situación de cada docente y permitió identificar las posibilidades de desarrollo que contribuye a fortalecer la planta académica.

Resultados

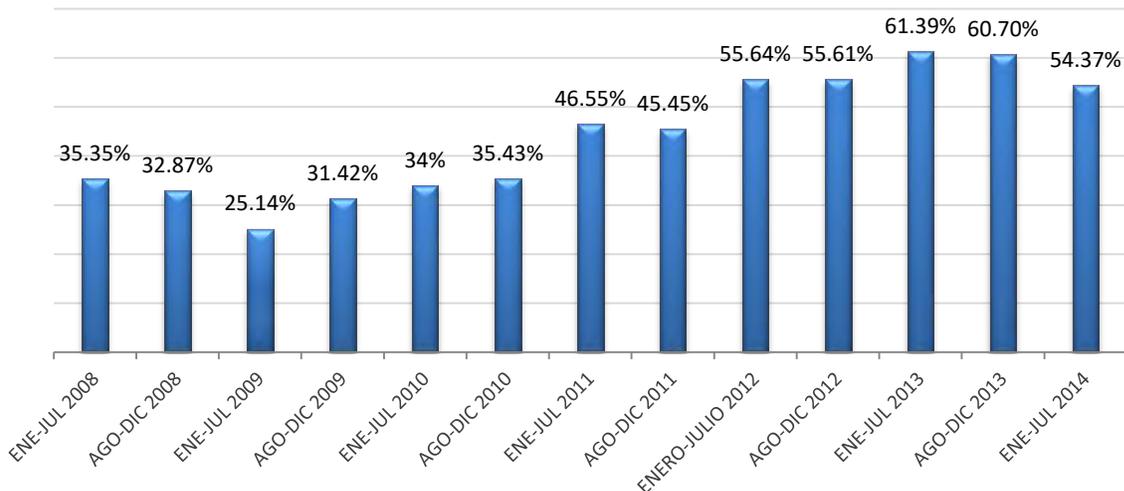
A partir de la definición del perfil docente y sus respectivos criterios, se obtuvo como resultado un impacto favorable en cuanto al fortalecimiento de la planta académica. Así como la consolidación de las actividades de gestión, como la cultura de trabajo y la definición de los objetivos específicos a fin de profesionalizar el quehacer académico-administrativo. De esta manera se hace una contribución al logro de metas institucionales e incremento en la cantidad y calidad de los indicadores de la planta docente. Asimismo se permitió el fortalecimiento de la

cultura del desarrollo profesional de los profesores- investigadores, propiciando un incremento en la cantidad de miembros del Sistema Nacional de investigadores.



Gráfica 11. Histórico de PTC adscritos al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Fuente: Revisión de la Dirección 2014, FIME-UANL.

De igual manera, se favoreció la cantidad de profesores de tiempo completo que lograron obtener el perfil deseable del docente universitario.



Gráfica 12. Histórico de PTC con Perfil deseable PRODEP (antes PRODEP) Fuente: Revisión de la Dirección 2014, FIME-UANL

Conclusiones

El análisis expuesto favoreció a la reflexión acerca del importante reto que tienen las IES, ya que son las responsables de la formación del recurso humano que atiende las necesidades de la sociedad donde se desarrollan los compromisos del docente universitario. Se realizó satisfactoriamente el perfil idóneo con el cual debe contar la planta docente, el definir esas características ha contribuido a la posibilidad de identificar el tipo de profesores que se necesitan para cumplir los objetivos institucionales. Se creó una reflexión de lo que demanda el contexto educativo de un profesor de calidad, de igual manera se valoró el impacto y se hizo consciencia de cada uno de los rasgos distinguidos. Por lo tanto se recomienda valorar el perfil de los candidatos a docentes tomando en cuenta la contribución de los rasgos propuestos para el desarrollo profesional del docente y el impacto que tienen en el proceso formativo de los estudiantes.

En conclusión, la función que realiza el docente de tiempo completo en una IES es fundamental debido a que son los actores principales para el fortalecimiento de los PE ya que contribuyen directamente en la calidad de la institución. Igualmente siendo un factor importante de la planeación y evaluación que coadyuva con la visión y lineamientos de cualquier IES el perfil docente de calidad.

Bibliografía

- Bustos Arista, S. E. (2015). Desarrollo de un Sistema Integral de Procedimientos que Contribuye a Perfeccionar el Perfil del Docente Universitario. *Tesis Licenciatura*.
- CACEI. (2011). *Consejo de Acreditación de la Enseñanza de la Ingeniería, A.C.* Obtenido de Consejo de Acreditación de la Enseñanza de la Ingeniería, A.C.: <http://www.cacei.org/>
- CENEVAL. (2014). *Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior*. Obtenido de <http://www.ceneval.edu.mx/>
- CIEES. (2014). *Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior*. Obtenido de <http://www.ciees.edu.mx/>
- COPAES. (2014). *Consejo para la Acreditación de la Educación Superior, A.C.* Obtenido de www.copaes.org.mx
- Dimas Rangel , M. I. (2013). Modelo de gestión de los recursos humanos (GeRH DU) orientado al perfeccionamiento de la planta académica de una Institución de Educación Superior. *Tesis para la obtención del grado de Doctorado en Educación*.

Dimas Rangel, M. I. et al. (2014). El Perfil Docente Universitario Orientado al Fortalecimiento de los Programas Educativos de una IES. *Multidisciplinas de la Ingeniería* .

FIME. (2011). *Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica*. Obtenido de Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica: www.fime.uanl.mx

Gutierrez, M. Y., & Langarica, G. (1994). El perfil del docente de tiempo completo en la ENP. *Perfiles Educativos*.

Martínez García, M. d., & García Domingo, B. (2006). *El Perfil de Profesor Universitario de Calidad desde la Perspectiva del Alumnado*. Madrid: Centro de Enseñanza Superior "Don Bosco".

PNPC. (2011). Obtenido de http://www.conacyt.gob.mx/Becas/calidad/Paginas/Becas_ProgramasPosgradosNacionalesCalidad.aspx

PRODEP. (2012). Obtenido de Programa de Mejoramiento del Profesorado: <http://PRODEP.sep.gob.mx/>

Robles, J. N., & Navarro, D. M. Hacia una reforma del Sistema Educativo Nacional.

SEP. (2013). *Secretaría de Educación Pública*. Obtenido de http://www.sep.gob.mx/es/sep1/sep1_Vision_de_la_SEP#.U8Cyofl5OSo

S.N.I. (2011). *S.N.I.* Obtenido de <http://www.conacyt.gob.mx/sni/paginas/default.aspx>

Torres Bugdud, A. (2007). La autotransformación del estudiante universitario: más allá de la formación integral. *Revista Iberoamericana de Educación*, 1-9.

UANL. (2011). Obtenido de <http://www.uanl.mx/>

UNESCO 2005. (s.f.). Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/unesco/>

Zarzar Charur, C. (1996). Formación de profesores universitarios, análisis y evaluación de experiencias. México: Nueva Imagen.



MEDICIÓN DE LA ACTITUD DE LOS ASPIRANTES A DOCENTES EN EL EXAMEN DE OPOSICIÓN A CÁTEDRA DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA

Autores:

*M.A.E. Amparo Guadalupe Espinosa Domínguez
Administración*

*Río Papagayo No. 212 Col. Mitras Norte Monterrey, N.L. C.P. 64320
lupita_espinosa@prodigy.net.mx*

*M.A.E. María Elvira Cantú González
Linares No. 239 Interior 3 Col. Chapultepec San Nicolás de los Garza, N.L. C.P. 66450
elvircantugonzalez@yahoo.com.mx*

*M.A.E. María Eugenia García de la Peña
Vanegas No. 334 Col. Mitras Centro Monterrey, N.L. CP 64460
maruga57@hotmail.com*

*Dr. Abel Partida Puente
Av. Universidad S/N Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza Nuevo León, CP 66450
abelpartida@hotmail.com*

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 21/Mayo/2015

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo identificar el tipo de actitud de los aspirantes a maestros a través de las variables independientes, dominio del tema, comunicación, empatía y presencia, en una Universidad Pública del Estado de Nuevo León, México, con el propósito de ser utilizada en los procesos de contratación y selección. Se aplicó un cuestionario conformado por 23 reactivos validados a través del alpha de cronbach a una población de 36 maestros que conformaron el jurado para calificar a los sustentantes. Se realizó la regresión lineal para ver la significancia de cada una de las variables independientes y los resultados obtenidos fueron satisfactorios.

La Universidad, como institución de educación superior, requiere docentes altamente calificados para formar profesionales autónomos, creativos y comprometidos con su entorno y con la sociedad en general.

Abstract

This research aims to identify the kind of attitude of aspiring teachers through independent variables, mastery, communication, empathy and presence in a Public University of Nuevo Leon, Mexico, in order to be used in the processes of recruitment and selection. A questionnaire which was composed of 23 items validated through Cronbach's alpha is applied a population of 36 teachers who formed the jury to assess prospective teachers. Linear regression was performed to check the significance of each of the independent variables and the results obtained were satisfactory.

The University as an institution of higher education, requires highly qualified teachers to form autonomous, creative and committed to their professional environment and society in general

Palabras clave: Actitud, Comunicación, Dominio del tema, Empatía, Presencia.

Keywords: Attitude, Communication Proficiency theme, Empathy, Presence.

Introducción

Con base en la experiencia como catedráticos y en el afán de promover un mejor desempeño de los alumnos de la UANL – FACPYA, a través del docente, es que existe la inquietud de evaluar además de los conocimientos técnicos y/o prácticos que todo profesional debe reunir

para ser Maestro de una Institución Universitaria, es importante resaltar la parte humana actitudinal del docente.

Esto, con el propósito de que los maestros guías de los jóvenes universitarios demuestren realmente su vocación de servicio como es el desarrollo de una cátedra en cualquier nivel educativo.

Marco Teórico

Partiendo del concepto de la educación basada en Competencias lo definiremos según Navío Gámez Antonio en su libro *Las competencias profesionales del formador, una visión desde la formación continua*.

“...la competencia o competencias profesionales son un conjunto de elementos combinados (conocimientos, habilidades, actitudes, saberes, etc.) que se integran atendiendo a una serie de atributos personales (capacidades, motivos, rasgos de personalidad, aptitudes, etc.) tomando como referencia las experiencias personales y profesionales y que se manifiestan mediante determinados comportamientos o conductas en el contexto de trabajo”.

Considerando que uno de los elementos de la competencia es la actitud, además de la integración con el conocimiento y las habilidades es necesario enfocarnos en que el conocimiento y las habilidades se desarrollen para lo cual requerimos de actitud, la cual definiremos y analizaremos a continuación.

Actitud (A)

Según Hall – Tonna (1995) la actitud es una disposición relativamente estable de la conducta que lleva al sujeto a comportarse repetidamente de una manera determinada ante

personas, grupos, ideas u objetos. Cada situación se percibe de una determinada manera en función el marco mental que filtra y moldea lo que vemos, y que está conformado por valores, experiencias previas, expectativas y referencias/presiones del entorno social. Este filtro mental puede ayudarnos a enfocar mejor los problemas diarios a los que nos enfrentamos, pero también puede cuartarnos y desviarnos de nuestros objetivos, por lo que resulta conveniente reflexionar periódicamente sobre la propia actitud y vigilar el grado de satisfacción que ésta nos proporciona.

Todo lo anterior nos lleva a reflexionar respecto a la importancia de la “actitud” en el docente y el beneficio final en el estudiante (Vaello 2009).

Finalidades de la Actitud. Según Vaello (2009), las finalidades de la actitud son las siguientes:

Finalidad Adaptativa: La actitud es un mecanismo de adaptación que se mantiene si es funcional y nos aporta beneficios. En la situación actual resulta más funcional adoptar una actitud de entrenador de competencias que de transmisor de conocimientos.

Finalidad Económica: Las Actitudes son un recurso mental que sirve para ahorrar fuerzas y esfuerzos, al aplicar, siempre que es posible, experiencias pasadas a situaciones presentes lo que permite decidir cuantos recursos vamos a disponer según las circunstancias a las que nos enfrentamos.

Finalidad Preventiva: Ayudan a evitar la repetición de errores, anticipando defensas y aportando los recursos necesarios para potenciar soluciones que han funcionado en el pasado y eliminar las que no resultaron eficaces.

Finalidad Instrumental: No se puede pretender cambiar la actitud de los demás (del alumnado por ejemplo) sin estar dispuestos a cambiar la actitud propia cuando sea necesario.

Finalidad Pragmática: Parece que la profesión docente ha ido evolucionando hacia un perfil actitudinal cada vez más técnico y complejo, abandonando la dimensión vocacional-moral que tradicionalmente la había caracterizado. Dice Meireu (2006) “ser profesor ya no es una vocación, y eso es malo porque se necesita un ideal y es bueno porque permite enfoques más pragmáticos”. Las actitudes sirven para preparar rutinas positivas (que aporten seguridad) y para armarse para romper rutinas negativas; construir en suma rutinas de buen trato, preparación, sensibilidad, dedicación, escucha, disponibilidad, cercanía...

Influencia

Considerar que las actitudes tienen tres elementos -cognición, afecto y comportamiento— es útil para entender su complejidad y la relación potencial que hay entre ellas y el comportamiento (Robbins 2013). (Ver Tabla 1.)

Tabla 1. Componentes de la actitud

COMPONENTES	DESCRIPCIÓN
Cognitivo	Conjunto de creencias y percepciones que sostienen la actitud
Afectivo	Conjunto de emociones y sentimientos ligados a la actitud y que tienen cualquier conducta relacionada con ella
Conductual	Conjunto de acciones en las que se ponen de manifiesto la actitud

Fuente: Elaboración propia

Factores influyentes en la actitud

Claridad de la misión: ¿Qué hago yo aquí?, ¿Cuál es el sentido de mi trabajo?, La disyuntiva clásica es la que opone el modelo del profesor transmisor de conocimientos frente al profesor educador. Mientras unos, deliberada o inconscientemente, se instalan en el modelo de transmisión de conocimientos académicos y se dedican exclusivamente a ello, otros se concentran en el carácter formativo contemplando su materia como un mero instrumento al

servicio de la formación integral del alumno. Las dos facetas deben de ser compatibles, complementarias e indisolubles.

Innovación o apertura al cambio: Respecto a la actitud ante los cambios/innovaciones, hay dos perfiles antagónicos:

- a) Inmutables/estatuas: Son profesores conservadores y generalmente poco receptivos, aferrados a un modo estático e invariable de hacer las cosas.
- b) Innovadores/plantas: En el otro extremo estarían los profesores receptivos a las innovaciones, dispuestos a incorporar cambios que les permitan evolucionar, abiertos a aprender y mejorar a la caza de nuevas ideas.

Integración en el proyecto colectivo. Respecto a la integración en los proyectos colectivos, podemos distinguir:

- a) Profesores integrados
- b) Profesores individualistas

Receptividad: En esta dimensión nos podemos encontrar con estos dos polos.

- a) Profesores esponja: con una actitud receptiva, suelen buscar formación leen para prepararse mejor cada día.
- b) Profesores manguera: desde una posición de superioridad, piensan que lo hacen muy bien que ya saben demasiado y que nadie tiene nada que enseñarles.

Actitud ante los problemas: Podemos señalar dos tipos de profesores por el modo de enfrentarse a los problemas:

- a) Agravantes (leña): los que, ante los problemas los magnifican y exageran su importancia y gravedad.

- b) Atenuantes (hierro): el polo contrario, aquellos profesores que “quitan hierro” a los problemas ayudando a solucionarlos.

Ascendencia. Es la capacidad de liderazgo sobre de los compañeros y de tomar iniciativa referentes al grupo. En esta variable podemos distinguir dos polos:

- a) Profesores líderes ascendentes, con capacidad de arrastre (ascendencia) sobre los demás que se sienten cómodos dirigiendo, decidiendo y mandando.
- b) Profesores seguidores-descendentes, que se dejan llevar, opinan poco y procuran no contradecir a los líderes prefiriendo que otros decidan y asuman riesgos.

Implicación profesional. La disposición o grado de implicación varía también, pudiéndonos encontrar con:

- a) Profesores implicados, que son cumplidores que colaboran en todo y se implican al máximo con entusiasmo.
- b) Profesores remisos, poco comprometidos, que ponen reparos a todo quizá para no involucrarse demasiado.

Con respecto a la aceptación de los compañeros, respecto a la aceptación, podemos observar que se fluctúa entre dos polos:

- a) Aceptación positiva, la que gozan profesores con altos niveles de popularidad entre los compañeros
- b) Aceptación negativa, son los profesores que hay que evitar, que no caen bien y suelen ser ignorados.

Dominio del tema (D)

Según Verderber (2009), el dominio del tema, se refiere a la capacidad de la que dispone el docente para desarrollar un tema en particular y que por lo tanto le infiere autoridad o

jerarquía en el aula, manifestada en seguridad al conducir su cátedra. Sin embargo, podemos cuestionarnos, ¿Qué conocimientos posee el sustentante? ¿Qué tema le ha interesado tanto como para llegar a dominarlo? Los temas de la exposición deben de venir de áreas que nos interesan y de las cuales tenemos conocimiento previo.

Por otro lado, según Frola (2012), uno de los componentes mínimos que deben ser considerados en el proceso formativo del maestro en cuanto al dominio del tema, es: Dominio del espectro teórico que subyace en el plan y programas vigentes. La teoría es la luz que guía las acciones cotidianas de la práctica docente y, considerando que ésta es una actividad intencionada, el docente debe conocer la perspectiva teórica desde la cual se desarrolla su trabajo diario, pues ello le permitirá hacer valoraciones continuas sobre los resultados que obtiene y tomar decisiones oportunas a partir de los postulados de la teoría que orienta su práctica, además de establecer líneas de congruencia entre los propósitos perseguidos, las acciones realizadas para alcanzarlos y los productos obtenidos.

Es importante dejar claro que el dominio del espectro teórico, del que se habla en este apartado, incluye no solamente el conocimiento de la teoría y sus principales postulados, sino también la metodología que se deriva de los mismos, así como de asumir el compromiso que implica su puesta en práctica.

Además, la competencia académica implica el dominio de su campo de ejercicio profesional, de sus herramientas de trabajo, de la normatividad que sustenta su entorno y de su desempeño: asimismo, requiere del tratamiento sistémico de las categorías: objetivo, contenido, método, medio, formas de enseñanza y de la evaluación como un importante control de este sistema, además del dominio de los contenidos propios de la asignatura.

Comunicación (C)

La comunicación tiene un propósito, es continua, los mensajes comunicativos varían en el pensamiento consciente, la comunicación es relacional, está guiada por la cultura, tiene implicaciones éticas y es algo que se aprende. Una manera de evaluar el éxito de la comunicación es preguntar si ésta alcanzó su propósito (Verderber 2009).

Puesto que la comunicación es verbal y no verbal, continuamente enviamos mensajes de comportamiento a partir de los cuales los demás hacen inferencias o deducen el significado. Como comunicadores diestros, necesitamos estar conscientes de los mensajes explícitos e implícitos que con frecuencia les enviamos a los demás. La aptitud comunicativa es la impresión de que el comportamiento comunicativo es al mismo tiempo apropiado y efectivo en una situación determinada Spitz Verg, (2000). La comunicación es efectiva cuando alcanza sus metas, y es apropiada cuando va de acuerdo con lo que se espera en una situación.

La competencia comunicativa, es necesaria para la expresión oral, escrita y para el desempeño asertivo. Concilia intereses y fomenta la expresión respetuosa de ideas, posturas, emociones e intereses en su grupo y entre el claustro de profesores (Frola, 2012).

Empatía y Escucha (E)

La empatía consiste en identificarse intelectualmente con experimentar en forma directa o indirecta los sentimientos y actitudes de otra persona Baró (2013), ó, como decía Jon Hayes (2002), es dejar que la gente “sepa que es comprendida dentro de su propio marco de referencia y que pueden ver el mundo como lo hacen mientras se encuentran separados de él” (p. 183).

Si el respeto mutuo es la base sobre la que se asientan las relaciones interpersonales positivas, la empatía supone un paso más, más allá del mero intercambio basado en la reciprocidad. La Empatía es una mutua corriente afectiva de signo positivo, basada en la apreciación y el afecto recíproco. Consiste en saber y sentir como se siente el otro sin que nos lo

diga, para lo cual se necesita la capacidad de ponerse en la perspectiva del otro, capacidad que se desarrolla evolutivamente tarde y no siempre con éxito por su complejidad. La empatía supone dar prioridad al nosotros sobre el yo y desviar el interés hacia los intereses comunes, superando prejuicios egoístas. Conocemos a los demás al ponernos en su lugar y nos conocemos a nosotros mismos al compararnos con los demás, por lo que la referencia a los otros es necesaria para el propio conocimiento (Vaello 2009).

La toma de perspectiva – imaginando que estás en el lugar de otra persona – es la forma más común de lograr la empatía. Aunque se trata de un método difícil Holtgraves (2002), con un esfuerzo consiente podemos aprender a imaginarnos en el lugar del otro.

Presencia (P)

Las percepciones sociales, en especialmente las primeras impresiones, a menudo se realizan sobre las características físicas y comportamientos sociales. Es muy probable que clasifiquemos a las personas según su atractivo (características faciales, altura, peso, arreglo personal, atuendo, sonido de la voz) en amigables, modernas, inteligentes, agradables o bien lo opuesto Aronson (1999). Las claves de la presentación personal incluyen la apariencia física, la ropa y el aseo, así como el uso del tiempo, las personas aprenden mucho de nosotros a partir de nuestro aspecto.

El examen de la presencia personal del sustentante, permite analizar la imagen que proyecta entre ellas: el tipo corporal, la forma de vestir y el arreglo, la serenidad, el estilo y el uso del tiempo. Los diferentes estilos de vestir identifican lo masculino y femenino dentro de una cultura. En Estados Unidos la ropa femenina es más decorativa, en tanto que la masculina es más funcional.

Método

Hipótesis

En qué orden afectan positivamente las variables independientes: el dominio del tema, la comunicación verbal y no verbal acorde a la exposición, empatía y escucha y la presencia, en relación a la variable dependiente: actitud.

Para probar esta hipótesis se consideró el siguiente método:

Diseño de la investigación

Exploratoria. Sujetos: 62 docentes de una Universidad Pública del Estado de Nuevo León, escogidos a través de un muestreo no aleatorio. Instrumentos: la recolección de datos se realizó con un cuestionario que evalúa la “actitud”; dicho instrumento está conformado por 23 reactivos con escala likert que evalúan cinco áreas: dominio del tema; comunicación verbal y no verbal; empatía y escucha; actitud positiva, persuasiva y motivacional y presencia. Cabe señalar que dicho instrumento es válido y confiable con un α mayor a 70.

Procedimiento

Se platicó con los docentes sobre la finalidad de la investigación invitándolos a participar, si el docente accedía se explicaban las instrucciones y si el docente no aceptaba se le daban las gracias; sin embargo el total de la población aceptó. A cada participante se le mencionó que los datos eran con la finalidad de investigar por lo cual eran anónimos los resultados.

Resultados

La Tabla 2 muestra el coeficiente alfa de Cronbach de la variable DOMINIO DEL TEMA (D) el cual es de 0.909 superiores al mínimo aceptable de 0.7. El número de elementos corresponde al número de preguntas consideradas en el instrumento es de 5.

Tabla 2. *Dominio del tema (D)* **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	on N of Items
------------------	--	---------------

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.909	.911	5

Fuente: SPSS-V18

La Tabla 3 muestra el coeficiente alfa de Cronbach de la variable COMUNICACIÓN (C), el cual es de 0.942 superiores al mínimo aceptable de 0.7. El número de elementos corresponde al número de preguntas consideradas en el instrumento es de 7.

Tabla 3. Comunicación (C) Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.942	.941	7

Fuente: SPSS-V18

La Tabla 4 muestra el coeficiente alfa de Cronbach de la variable EMPATÍA (E), el cual es de 0.908 superiores al mínimo aceptable de 0.7. El número de elementos corresponde al número de preguntas consideradas en el instrumento es de 4.

Tabla 4. Empatía (E) Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.908	.912	4

Fuente: SPSS-V18

La tabla 5 muestra el coeficiente alfa de Cronbach de la variable PRESENCIA (P) el cual es de 0.707 superiores al mínimo aceptable de 0.7. El número de elementos corresponde al número de preguntas consideradas en el instrumento es de 2.

Tabla 5. *Presencia (P) Reliability Statistics*

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.707	.718	2

Fuente: SPSS-V18

La tabla 6 muestra el coeficiente alfa de Cronbach de la variable ACTITUD el cual es de 0.930 superiores al mínimo aceptable de 0.7. El número de elementos corresponde al número de preguntas consideradas en el instrumento es de 5.

Tabla 6. *Actitud*

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.930	.930	5

Fuente: SPSS-V18

Regresión Lineal Múltiple

Podemos observar en la tabla 7 la evaluación estadística de la linealidad, el cual indica que correlaciones altas, es decir arriba de 0.50 entre las variables, en esta investigación van desde 0.651 hasta 0.939 es indicativo de linealidad, nos asegura que la relación entre la variable dependiente ACTITUD (A) y las variables independientes, DOMINIO DEL TEMA (D), COMUNICACIÓN (C), EMPATIA (E) y PRESENCIA (P) es significativo a través del rango de todos los valores, es importante debido a que nuestro modelo es una regresión lineal múltiple.

Ver Tabla 7.

Tabla 7. *Correlaciones entre variables*

		A	D	C	E	P
Pearson Correlation	Actitud	1.000	.825	.913	.939	.824
	Dominio	.825	1.000	.846	.771	.651
	Comunicación	.913	.846	1.000	.900	.820
	Empatía	.939	.771	.900	1.000	.775
	Presencia	.824	.651	.820	.775	1.000

Sig. (1-tailed)	Actitud	.	.000	.000	.000	.000
	Dominio	.000	.	.000	.000	.000
	Comunicación	.000	.000	.	.000	.000
	Empatía	.000	.000	.000	.	.000
	Presencia	.000	.000	.000	.000	.
N	Actitud	62	62	62	62	62
	Dominio	62	62	62	62	62
	Comunicación	62	62	62	62	62
	Empatía	62	62	62	62	62
	Preencia	62	62	62	62	62

Fuente: SPSS-V18

Una vez realizada la regresión lineal se obtuvieron los siguientes resultados. Durbin-Watson arrojando un valor de 1.620 asegurando que no existe auto correlación en el modelo dado que el rango aceptado debe ser entre 1.5 a 2.5, con coeficientes de correlación aceptadas (r) entre 93.9% y 96.2%, al igual que los coeficientes de determinación (r^2) entre 88.3% y 92.5% (Ver Tabla 8).

Tabla 8. *Resumen del Modelo*^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	.939 ^a	.883	.881	.29932	.883	451.253	1	60	.000	
2	.953 ^b	.908	.904	.26795	.025	15.869	1	59	.000	
3	.962 ^c	.925	.921	.24364	.017	13.366	1	58	.001	1.620

Nota: a. Predictors: (Constant), E; b. Predictors: (Constant), E, D; c. Predictors: (Constant), E, D, P;

d. Dependent Variable: A

Fuente: SPSS-V18.

Para determinar el modelo que refleja significancia entre las variables podemos observar que no se muestra multicolinealidad entre las variables independientes mostrando una colinealidad aceptables mediante el índice de factor de inflación de varianza (VIF) debido a que son menores a 10 (Ver Tabla 9)

Tabla 9. *Coefficientes*^d

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		95.0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.121	.185		.655	.515	-.248	.490					
	Empatia	.958	.045	.939	21.243	.000	.868	1.048	.939	.939	.939	1.000	1.000
2	(Constant)	-.142	.178		-.800	.427	-.499	.214					
	Empatia	.764	.063	.749	12.052	.000	.637	.890	.939	.843	.477	.406	2.462
	Dominio	.264	.066	.247	3.984	.000	.132	.397	.825	.460	.158	.406	2.462
3	(Constant)	-.548	.196		-2.792	.007	-.940	-.155					
	Empatia	.619	.070	.607	8.869	.000	.480	.759	.939	.759	.319	.276	3.618
	Dominio	.235	.061	.220	3.855	.000	.113	.356	.825	.452	.139	.399	2.507
	Presencia	.253	.069	.210	3.656	.001	.114	.391	.824	.433	.132	.392	2.550

a. Dependent Variable: A

Fuente: SPSS-V18.

T-Student

De acuerdo a las significancias de la T-student considerando (ver Tabla 9) un error estimado menor al 5%, podemos concluir que las variables que impacta significativamente a la variable dependiente ACTITUD (A) son la EMPATIA (E), el DOMINIO DEL TEMA (D) ambas con valor de significancia del 0% y la PRESENCIA con un valor de significancia del 0.1%. La ecuación lineal de la presente investigación para la variable dependiente ACTITUD (A) es:

$$\hat{Y}_1 = -0.548 + (0.619) \text{ EMPATIA} + (0.235) \text{ DOMINIO DEL TEMA} + (0.253) \text{ PRESENCIA} + \varepsilon$$

Conclusiones

De las variables involucradas consideradas y analizadas se encontró que la “empatía” en el docente es decisiva para su óptimo desempeño y de un impacto favorable en la formación integral del alumnado. Sin embargo, no se encontraron diferencias muy significativas en las variables referentes a la presencia, dominio del tema y comunicación verbal, por lo que debemos considerar su inclusión para tomar las decisiones pertinentes al momento de ser evaluados como posibles candidatos para la impartición de cátedra.

Primeramente la Empatía y Escucha: Esta variable fue la más alta en porcentaje de impacto a la variable dependiente, con un 61.9%, por lo que se concluye que el respeto mutuo es la base sobre la que se asientan las relaciones interpersonales positivas, la empatía supone un paso más, más allá del mero intercambio basado en la reciprocidad. La Empatía es una mutua corriente afectiva de signo positivo, basada en la apreciación y el afecto recíproco.

Como segundo factor la Presencia: Esta variable impacta a la variable dependiente, con un 25.3%, por lo que se concluye, que cuando conocemos a alguien es probable que nos formemos una impresión a partir de su forma de vestir y de arreglarse, se confirma que las claves de la presentación personal incluyen la apariencia física, la ropa y el aseo, así como el uso del tiempo, y entonces las personas aprenden mucho de nosotros a partir de nuestro aspecto.

Como tercer factor el Dominio del tema: Impacta a la variable dependiente en un 23.5 %, lo que significa que no necesariamente el hecho de que el docente domine el tema de su especialidad tenga un impacto importante en la actitud. Es importante dejar claro que el dominio del espectro teórico, del que se habla en este apartado, incluye no solamente el conocimiento de la teoría y sus principales postulados, sino también la metodología que se deriva de los mismos.

Como futuras líneas de investigación es estudiar más a fondo la variable comunicación ya que no fue significativa.

“Solo cambian las relaciones si cambian las actitudes”

Referencias

- Aronson, E. (1999). *Social psychology: The most outstanding research* (Vol. 1, 2, & 3). London: Elgar Ltd.
- Baró, T. (2013). *Guía ilustrada de insultos: gestos ofensivos de varias culturas*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Frola, P. (2012). *Maestros competentes, a través de la planeación y la evaluación por competencias*. México.D.F: Trillas
- Hall, B. P. (1995). *Values shift: Understanding personal and organizational transformation*. Rockport, MA: Twin Lights Publication.
- Hayes, J. (2002). *Interpersonal skills at work*. Routledge: Psychology Press.
- Holtgraves, T. (2002). *Language as social action: Social psychology and language use*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Navío, A. (2005). *Las competencias profesionales del formador*. Barcelona: Octaedro - EUB.
- Robbins, S. (2013). *Comportamiento organizacional*. México, D.F.: Pearson.
- Vaello, J. (2009). *El profesor emocionalmente competente*. Barcelona: Graó.
- Verderber, R. (2009). *Comunicate*. México, D.F. Cengage Learning.



EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN INSTITUCIONES ACADÉMICAS: UN ESTUDIO EXPLORATORIO

Autores:

Idolina Bernal González

*Centro de Innovación y Transferencia del Conocimiento-Universidad Autónoma de Tamaulipas.
Centro Universitario "Adolfo López Mateos" C.P. 87149, Teléfono 834 318-18-00 ext. 2493,
Ciudad Victoria, Tamaulipas.*

ibernal@uat.edu.mx. Nacionalidad Mexicana.

Gabriela María Farías Martínez

*Escuela de Negocios, Humanidades y Ciencias Sociales-Instituto Tecnológico de Monterrey,
Campus Monterrey.
Avenida Eugenio Garza Sada 2501 Sur, Colonia Tecnológico, C.P. 64849, Teléfono 818 358-20-
00, Monterrey, Nuevo León.*

gabriela.farias@itesm.mx Nacionalidad Mexicana.

Norma Angélica Pedraza Melo

*Centro de Innovación y Transferencia del Conocimiento-Universidad Autónoma de Tamaulipas.
Centro Universitario "Adolfo López Mateos" C.P. 87149, Teléfono 834 318-18-00 ext. 2493,
Ciudad Victoria, Tamaulipas.*

napedraza@uat.edu.mx Nacionalidad Mexicana.

Jesús Lavín Verástegui

*Centro de Innovación y Transferencia del Conocimiento-Universidad Autónoma de Tamaulipas.
Centro Universitario "Adolfo López Mateos" C.P. 87149, Teléfono 834 318-18-00 ext. 2493,
Ciudad Victoria, Tamaulipas.*

jelavin@uat.edu.mx Nacionalidad Mexicana.

Fecha de envío: 20/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 21/Mayo/2015

Resumen

El presente estudio tiene por objetivo analizar el clima organizacional que se experimenta en instituciones educativas del sector público y privado, adscritas a los niveles académicos de educación básica, media superior, superior y posgrado. La investigación se abordó con enfoque cuantitativo. La muestra del estudio corresponde a 56 centros de educación. Para el análisis de los datos se aplicó análisis factorial, determinación de medias, prueba t de *student* y anova de un factor. Dentro de los principales resultados se identifica un clima organizacional inadecuado, siendo el factor de recompensa el componente de mayor insatisfacción por parte de los encuestados.

Palabras clave: calidad del servicio, clima organizacional, desempeño docente, institución educativa, sector privado.

Abstract

The present study aims to analyze the organizational climate that is experienced in educational institutions in the public and private sector, attached to academic levels of basic education, upper middle, higher and postgraduate. The research was discussed with quantitative approach. The study sample corresponds to 56 education centers. For the analysis of the data factor analysis, determination of means, Student's t test and one-way ANOVA was applied. Among the main results inadequate organizational climate is identified, reward factor being the largest component dissatisfaction of respondents.

Keywords: service quality, organizational climate, teaching performance, educational institution, private sector.

Introducción

Uno de los aspectos que mayor influencia tienen en el comportamiento y satisfacción del capital humano, es el clima organizacional, fenómeno que determina los sentimientos y motivaciones de las personas, además de repercutir en el rendimiento, calidad del trabajo, productividad laboral, bienestar de los trabajadores y demás elementos importantes para el buen funcionamiento de la organización (Peraza y García, 2004; Cárdenas, Arciniegas y Barrera, 2009).

Al estudiar el clima organizacional (CO) en instituciones educativas se logran identificar áreas de oportunidad que se traducen en el insumo estratégico para incrementar el nivel de productividad y desempeño docente, puesto que fomentar condiciones laborales óptimas a los prestadores de la educación contribuye al buen funcionamiento del sistema escolar, logrando alcanzar las metas académicas en materia de calidad en los servicios (Caligiore y Díaz, 2003; Sacca, 2010; Chávez, 2011).

Ante este panorama, la presente investigación tiene la finalidad de analizar el clima organizacional en 56 escuelas del sector público y privado y describir, desde la percepción de los encuestados, los factores que presentan áreas de mejora, a fin de que con los resultados obtenidos se puedan tomar decisiones efectivas que coadyuven a un mejor ambiente de trabajo y con ello, una mejor prestación de servicios educativos. Por lo que se establecen las siguientes interrogantes específicas de esta indagación: PI1¿Cuáles son los factores determinantes del clima organizacional desde la percepción de los encuestados?; PI2¿Cuál es la percepción de los encuestados respecto a las dimensiones del clima organizacional en base al modelo de Litwin y Stringer? y PI3¿Existen diferencias significativas de las variables de edad, sexo, escolaridad, estado civil, cargo que desempeña el encuestado, tipo de contratación y antigüedad en el puesto versus las dimensiones del clima organizacional en las instituciones académicas analizadas?

El documento inicia con una breve explicación sobre el constructo de clima organizacional, su alcance e importancia. Posteriormente, se presenta el diseño metodológico de esta investigación y se expone, seguido de ello, los resultados obtenidos de la indagación, para finalmente presentar las conclusiones a que dio lugar el presente estudio.

El clima organizacional: alcance e importancia

De acuerdo con estudiosos del tema (Sánchez, 2006; Gan, 2007; Raudales, 2012; Solines, 2013; Bernal, Pedraza y Sánchez, 2015), los primeros acontecimientos que refieren al análisis del clima organizacional se remontan al experimento efectuado por el sociólogo Elton Mayo, entre los años 1927 a 1939 en las fabricas *Hawthorne* pertenecientes a la compañía *Western Electric*, donde a través de una serie de ensayos sobre las características físicas del ambiente de trabajo (iluminación, temperatura, períodos de descanso, entre otros) se logra demostrar que la mejora en las condiciones laborales eleva la productividad y satisfacción de los empleados.

Así mismo, los resultados del experimento realizado por Mayo y sus colegas, concluyen que aspectos del CO tales como las relaciones humanas, el sentido de pertenencia y el reconocimiento personal, son factores determinantes en la motivación y desempeño de las personas, lo cual deja ver la importancia por brindar un ambiente de trabajo que favorezca el bienestar de los individuos y con ello su rendimiento laboral. Sin embargo, cabe destacar que según Brunet (1987) y Silva (1992) fue hasta dos décadas después cuando el término de CO cobra importancia en el área de la psicología organizacional e industrial, al ser introducido por primera vez en 1960 por Gellerman, quien influenciado por la escuela de la gestalt y la escuela

funcionalista recomienda determinar las actitudes, objetivos y tácticas de las personas que integran la organización, a fin de establecer denominadores comunes en su comportamiento.

Por definición, el clima organizacional consiste en el conjunto de propiedades del ambiente interno en que opera la organización, las cuales de manera directa o indirecta influyen sobre la conducta, motivación y percepciones de los trabajadores (Litwin y Stringer, 1968; Brunet, 1987; Silva, 1996). En complemento, Pérez de Maldonado (1997; 2000) señala que el CO es un fenómeno socialmente constituido por las interacciones entre los individuos y las condiciones de trabajo, mismas que dan significado a las expectativas individuales y grupales. Por último, Forehand y Gilmer (1964) y Sacca (2010), mencionan que el CO se define como una cualidad objetiva, relativamente perdurable y fácilmente medible en la organización que distingue a una organización de otra y que puede intervenir en aspectos como el comportamiento individual y los estilos de dirección.

Analizar estas definiciones permite identificar una serie de características que detallan la estructura y alcance del CO. Por ejemplo, se puede señalar:

1. Es un fenómeno generalmente perdurable en el tiempo.
2. Refleja la personalidad de la institución.
3. Sus características son percibidas directa o indirectamente por los miembros de la organización.
4. Tiene repercusiones en el comportamiento de las personas, y viceversa, las actitudes y conductas de los individuos influyen en el clima de la organización.
5. Es afectado por variables como el estilo de dirección, sistemas de contratación y despidos, las políticas y procedimientos de la gestión.
6. La insatisfacción laboral puede ser indicador de un mal clima laboral.

7. Influye en los factores organizacionales y la motivación del personal.
8. Permite integrar la persona, los grupos y la organización en general.

Según García, Mercado, Sotelo, Vales, Esparza y Ochoa (2011), estudiar el CO en instituciones educativas es para todos los entes involucrados, una oportunidad para mejorar y potencializar los procesos internos de la docencia y generar ventaja competitiva sobre otras organizaciones del sector, puesto que Chávez (2011) afirma que desarrollar entornos laborales propicios en los centros de educación incentiva la eficacia y el compromiso del personal docente, debido a que el adecuado ambiente de trabajo favorece el comportamiento y desempeño laboral de las personas, aspecto que en el común de los casos, influye directamente en la calidad de la educación que se brinda al alumnado.

Se refuerza lo anterior con lo expuesto por Montes (2013) y Rodríguez (2004) quienes mencionan que diagnosticar el CO en los planteles de educación resulta indispensable para determinar las características psicosociales, que integradas en un procedimiento dinámico, confieren personalidad al centro escolar y condicionan el logro de las metas académicas, ya que el fenómeno del CO es factor que incide en la mejora continua de los procesos de enseñanza-aprendizaje y la calidad educativa en los ámbitos pedagógico y curricular.

Investigaciones realizadas respecto al análisis del CO en el contexto del sector educativo, evidencian el interés que las escuelas han brindado hacia el ambiente de trabajo en que labora el personal, con la finalidad de otorgar las condiciones propicias para su desarrollo profesional. Un ejemplo preciso es el estudio realizado por Hesse, Gómez y Bonales (2010) quienes concluyen en su investigación que un adecuado CO en centros escolares promueve el bienestar del recurso humano, posibilitando así un mejor desempeño laboral y productividad de los actores educativos.

De igual forma, la indagación expuesta por Sacca (2010) afirma que un buen clima organizacional en instituciones académicas favorece el desempeño del docente, por lo que se recomienda propiciar ambientes altamente motivadores que promueven la eficiencia en educación y permita impulsar la participación de personal académico calificado y comprometido con sus actividades. Aunado a ello, la investigación de Garro y Mendoza (2012) advierte que el quehacer educativo requiere un CO idóneo, apto para fomentar la actitud crítica, colaboración, y participación de todos los entes involucrados en la calidad educativa. Lo anterior debido a que Valle (1995) comenta que el comportamiento de las personas prestadoras de la educación, tienen influencia intangible sobre los educandos.

Es decir, el clima organizacional en las escuelas no solo incide en factores de eficacia y eficiencia administrativa, sino en la formación integral de los estudiantes que reciben, captan e imitan las conductas de sus educadores (Bermúdez y Rincón, 2013), aspecto que hace inherente la necesidad de realizar evaluaciones constantes del desempeño y condiciones de trabajo en las que laboran los actores de la educación, ya que las escuelas son instituciones destinadas a brindar una adecuada formación a todos los alumnos. De aquí que Cárdenas, et al. (2009) destacan la importancia de implementar modelos de intervención que fortalezcan aspectos como la estructura jerárquica, cohesión del grupo, innovación, comunicación, relaciones interpersonales y en general las condiciones del clima organizacional, a fin de otorgar servicios confiables a la comunidad estudiantil.

En síntesis, estudiar el clima organizacional se convierte en área de oportunidad para las organizaciones académicas que buscan implementar prácticas didácticas que conlleven a la mejora continua en sus procesos educativos, motivo por el cual la presente investigación centra su interés en analizar esta variable a fin de conocer la forma en que los empleados perciben su

ambiente de trabajo, esto con la finalidad de identificar aspectos susceptibles de mejora en beneficio de la organización y los educandos. Lo anterior, debido a las constantes demandas que presenta la sociedad hacia una educación que fomente el desarrollo integral de alumnos y maestros y donde el ambiente laboral juega papel importante en la gestión de estos servicios.

Diseño metodológico de la investigación

Para dar respuesta a los cuestionamientos de esta investigación se abordó el estudio con enfoque cuantitativo, para ello se aplicó cuestionario en la recolección de los datos. Se estudió el fenómeno del CO desde la percepción de los encuestados, a fin de caracterizar esta variable en las instituciones académicas analizadas (Dhake, 1989; Münch y Ángeles, 2007; Hernández, Fernández y Baptista, 2010; Méndez, Namihira, Moreno, y Sosa, 2011).

Dentro de las respuestas tentativas a las preguntas específicas de investigación, definidas en el presente estudio, y con fundamento en la revisión de literatura desarrollada, se establecen las siguientes hipótesis descriptivas:

HI1: Los factores determinantes del CO son estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, afecto, apoyo, normas, conflicto e identidad.

HI2: Se percibe un clima organizacional adecuado en las instituciones académicas analizadas.

HI3: Existen diferencias significativas de las variables de edad, sexo, escolaridad, estado civil, cargo que desempeña el encuestado, tipo de contratación y antigüedad en el puesto versus las dimensiones del CO.

Para la operacionalización de la variable de estudio, que refiere al CO, se diseñó un instrumento (cuestionario) basado en la escala propuesta por Litwin y Stringer (1968). Se fundamentó esta decisión, por ser uno de las escalas de mayor validación y aplicabilidad para evaluar el clima

organizacional en instituciones del sector educativo (Mejías, Reyes y Arzola, 2006; Villafranca, 2010; Alcalá, 2011; Sotelo, Figueroa, Arrieta y Solís, 2012). No obstante, se realizó la adaptación de la misma, al traducirse el cuestionario del idioma inglés al español y adaptarlo al contexto de investigación, lo cual dio como resultado el diseño de un instrumento de medición conformado por tres secciones.

Sección I Datos Generales del encuestado. Considera siete variables cualitativas respecto al cargo que desempeña la persona encuestada, tipo de contratación, antigüedad en el puesto, estado civil, edad, sexo y escolaridad.

Sección II Percepción del clima organizacional en instituciones educativas (operacionalización de la variable de estudio, detalle en el Anexo 1). Integrada por 53 ítems, distribuidos en nueve dimensiones (estructura, recompensa, responsabilidad, riesgo, afecto, normas, apoyo, conflicto e identidad), con opción de respuesta tipo Likert de cinco puntos, donde 1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo y 5=Totalmente de acuerdo.

Sección III Recomendaciones sobre el ambiente de trabajo. Conformada por una pregunta abierta acerca de qué se recomienda para mejorar el clima organizacional de la institución.

La muestra cuantitativa no probabilística (Cea D' Ancona, 2001) estuvo conformada por 56 agentes educativos que representaban a 56 centros escolares del sector público y privado que se encontraban tomando un curso de formación continua en el Instituto Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey. La aplicación del cuestionario se realizó vía internet, por medio del programa *Qualtrics*, en el mes de noviembre 2014.

Para el análisis de los datos, se aplicó análisis factorial y determinación de medias sobre la valoración de las dimensiones del CO, a través del uso del *software* estadístico SPSS versión 20.

De igual forma, se utilizó la prueba t de *student* y anova de un factor a fin de contrastar las medias obtenidas de cada dimensión, con las variables cualitativas del estudio.

Para la confiabilidad de la escala de medición se determinó el Alfa de Cronbach, mismo que de acuerdo con Huh, Delorme y Reid (2006) debe ser mayor a .60 en investigaciones exploratorias, a fin de garantizar que el instrumento sea confiable (ver Tabla 2).

El CO en instituciones académicas del sector público y privado: principales resultados

Caracterización de los encuestados en el estudio

Dentro de las principales características que describen a los sujetos de estudio en la presente investigación (Tabla 1) resaltan que en su gran mayoría desempeñan cargos administrativos de base (42.8% y 89.3% respectivamente), más del 50% es joven en el puesto que desempeña (de 0 a 5 años), en su mayoría se encuentran solteros y con un rango de edad de 34 a 41 años. De igual forma se determina que en mayor porcentaje los encuestados fueron de sexo femenino y predomina el nivel licenciatura en su grado de estudios.

Tabla 1. Datos sociodemográficos de los encuestados

1. Cargo que desempeña	Directivo <u>28.6%</u>	Docente <u>28.6%</u>	Administrativo <u>42.8%</u>
2. Tipo de contratación	De Base <u>89.3%</u>	Por horas <u>5.4%</u>	Por contrato <u>5.4%</u>
3. Antigüedad en el puesto	De 0 a 5 años <u>57.1%</u>	De 6 a 10 años <u>19.6%</u>	De 11 a 15 años <u>10.7%</u> De 16 a 20 años <u>8.9%</u> Más de 21 años <u>3.6%</u>
4. Estado civil	Casado <u>39.3%</u>	Divorciado <u>7.1%</u>	Soltero <u>42.9%</u> Unión libre <u>8.9%</u> Viudo(a) <u>1.8%</u>
5. Edad	De 18 a 25 años <u>8.9%</u>	De 26 a 33 años <u>28.6%</u>	De 34 a 41 años <u>39.3%</u> De 42 a 49 años <u>16.1%</u> De 50 años en adelante <u>7.1%</u>
6. Sexo: Hombre <u>28.6%</u> Mujer <u>71.4%</u>	7. Escolaridad: Licenciatura <u>48.2%</u> Maestría <u>44.6%</u> Especialidad <u>7.1%</u>		

Fuente: Elaboración de los autores.

Factores determinantes del clima organizacional

Para dar respuesta a la PII que refiere a los factores determinantes del CO, se realizó el análisis factorial de las dimensiones definidas a priori en el cuestionario utilizado, a través del método de componentes principales y rotación varimax. Como resultado de esta técnica se logró conservar las nueve dimensiones definidas en la escala de medición, eliminándose sólo ocho de los 53 ítems contemplados (I.2, I.4, I.5, I.8, I.11, II.2, II.3, III.1) por no contar con la carga factorial mayor a .75, requerida para una muestra de 56 cuestionarios (Hair, Anderson, Tatham y Black, 2008). En la Tabla 2 se puede visualizar el detalle de los puntajes obtenidos.

Tabla 2. Análisis factorial y de fiabilidad de la escala de medición

Factor	Análisis factorial	Alfa de Cronbach	Factor	Análisis factorial	Alfa de Cronbach
Estructura	KMO .778 Sig. .000 Chi-cuadrado 177.088	.860	Apoyo	KMO .878 Sig. .000 Chi-cuadrado 156.119	.898
Responsabilidad	KMO .710 Sig. .000 Chi-cuadrado 107.304	.800	Normas	KMO .807 Sig. .000 Chi-cuadrado 185.367	.868
Recompensa	KMO .749 Sig. .000 Chi-cuadrado 92.588	.755	Conflicto	KMO .701 Sig. .000 Chi-cuadrado 23.163	.627
Riesgo	KMO .867 Sig. .000 Chi-cuadrado 187.688	.915	Identidad	KMO .756 Sig. .000 Chi-cuadrado 119.956	.870
Afecto	KMO .865 Sig. .000 Chi-cuadrado 161.309	.894	Escala global	.972	

Fuente: Elaboración de los autores.

Con los resultados presentados en la Tabla 2, se acepta la H11 al confirmar que los factores determinantes del CO son estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, afecto, apoyo, normas, conflicto e identidad, tal como se establece en el modelo propuesto por Litwin y Stringer (1968), el cual fue tomado como referente para efectos de la presente investigación.

Percepción del clima organizacional en las instituciones académicas analizadas

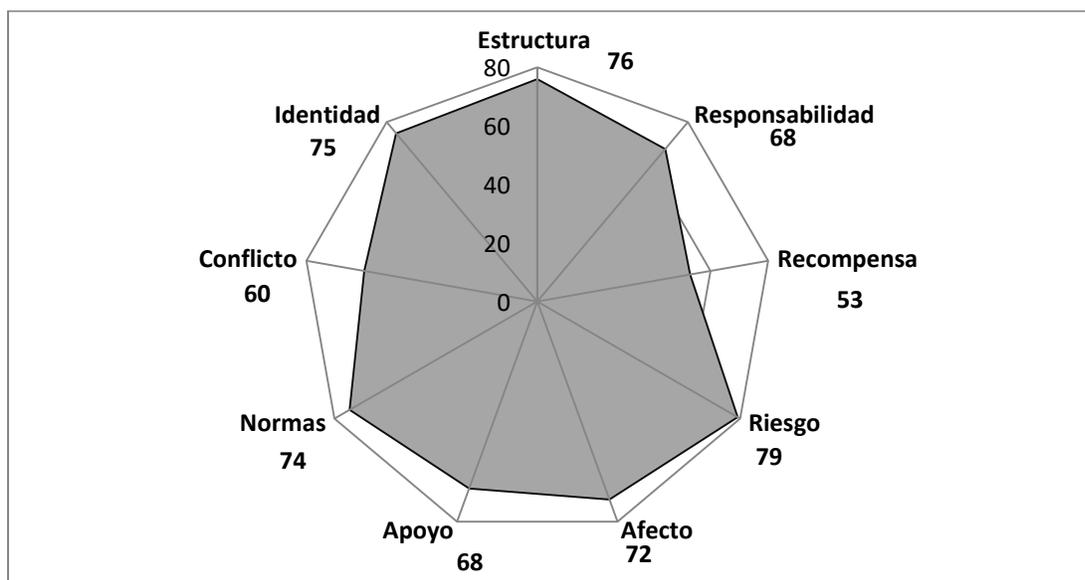
En lo que refiere a la PI2, respecto a la valoración del CO desde la percepción de los encuestados en base al modelo propuesto por Litwin y Stringer (1968), se procedió a la determinación de medias para cada una de las dimensiones identificadas (estructura, recompensa, responsabilidad, riesgo, afecto, normas, apoyo, conflicto e identidad). Para ello, cabe mencionar que de acuerdo con la metodología propuesta por Pelaes (2010) se establecieron tres niveles de valoración. Dichos parámetros se obtuvieron al crear tres intervalos de igual tamaño, tomando el puntaje mínimo y máximo posible de las respuestas obtenidas a los 48 ítems que fueron conservados en el análisis factorial exploratorio y dividiendo la diferencia de los dos puntajes entre tres niveles de percepción, tal como se muestra enseguida:

Puntaje mínimo: 48 ítems x puntuación más baja 1= 48; Puntaje máximo: 48 ítems x puntuación más alta 5= 240. La diferencia entre puntajes: $240-48= 192$. Por tanto, para la creación de tres niveles se divide $192/3= 64$ puntos de diferencia entre cada intervalo, es decir: Primer intervalo de 48 a 112 puntos corresponde a un nivel inadecuado; Segundo intervalo de 113 a 177 puntos corresponde a un nivel regular; Tercer intervalo de 178 a 240 puntos corresponde a un nivel adecuado.

Ante estos valores, las respuestas dadas por los encuestados fueron transformadas, a fin de obtener puntajes que se encontraran dentro de los rangos establecidos por los niveles de valoración determinados. Por tal motivo, y en base a lo señalado por Lavín (2010), la secuencia de puntajes para la escala de medición fue de la siguiente manera: el valor de 1, que corresponde a la opinión de totalmente en desacuerdo, se le asignó una puntuación de 20 puntos, en las respuestas dadas con este valor. Las respuestas obtenidas con valor de 2 (en desacuerdo) fueron transformadas a un valor de 40. El nivel 3 (de acuerdo ni en desacuerdo) fue convertido a un

valor de 60 puntos. A la opción de respuesta 4 (de acuerdo) se le asignó la puntuación de 80 y para el valor de 5 (totalmente de acuerdo), las respuestas que alcanzaron esta puntuación fueron transformadas a un valor de 100 puntos.

Derivado de estos nuevos valores de respuesta, se obtuvo una media general de los nueve factores de 69 puntos, lo cual indica la percepción de un clima organizacional inadecuado en las instituciones educativas analizadas (ver Gráfica 1).



Gráfica 1. Medias del clima organizacional
Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la Gráfica 1, muestran que todas las dimensiones evaluadas obtuvieron puntuaciones que localizan al CO en un nivel inadecuado (valores que van de 48 a 112 puntos), siendo la dimensión de recompensa el factor que mayor nivel de insatisfacción obtuvo, seguido de los componentes de conflicto, responsabilidad, apoyo, afecto, normas, identidad, estructura y riesgo. Con estos datos se rechaza la HI2, al determinar que la percepción de los encuestados manifiesta la presencia de un CO inadecuado en su centro de trabajo.

Estos resultados se refuerzan con la sección III del cuestionario que corresponde a la pregunta abierta realizada a las personas partícipes en el estudio, respecto a las recomendaciones que

sugieren para mejorar el ambiente de trabajo de la institución académica donde laboran. Dichas recomendaciones giran principalmente hacia las dimensiones de afecto (27%), estructura (20%), apoyo (20%), recompensa (18%), responsabilidad (16%) y normas (11%). En la Tabla 3, se ejemplifican algunas de las opiniones textuales expuestas por los agentes educativos que dieron respuesta a este reactivo.

Tabla 3. Análisis de contenido de la sección tres del cuestionario

Encuestado	Recomendaciones para mejorar el ambiente de trabajo de la institución donde labora
1	<i>Tener claro que el personal no es un obrero que no piensa y no tiene una vida afuera, que necesita mayor libertad y bienestar.</i>
4	<i>No hacer diferencias entre los empleados y los profesores a quienes se les dan muchas más prestaciones y recompensas que al personal.</i>
7	<i>Recompensas tangibles e interés de los jefes y directivos por desarrollar a su personal.</i>
11	<i>Mejor el sistema de recompensas económicas para los empleados administrativos, para el personal docente mejorar las actividades de convivencia y capacitación.</i>
17	<i>Mejorar la comunicación entre las diferentes áreas sean estas académicas o administrativas.</i>
19	<i>Generar programas por parte de directivos de estímulos claros hacia los empleados.</i>
22	<i>Que los directivos apoyarán, motivarán y confiarán más en el personal, que se respeten los acuerdos y sanciones que como docentes deseamos aplicar a los alumnos.</i>
24	<i>Mejorar los rubros estructura y recompensa.</i>
26	<i>Se felicitara más por los logros obtenidos y aceptar que todos cometemos errores y tenemos el derecho a corregirlo sin estar apuntando más lo negativo que lo positivo.</i>
30	<i>Mejorar los procesos de evaluación del desempeño y realizar una campaña sobre la identidad del servidor público.</i>
33	<i>Los empleados que se consideran parte importante de una institución y se identifican con la misión, visión y valores de la misma muestran mejores resultados. Los directivos deben interesarse en desarrollar el nivel de compromiso de sus empleados y escuchar sus ideas.</i>
35	<i>Mejor comunicación entre todas las áreas de trabajo.</i>
37	<i>Que los directivos sean honestos. Cuenten y difundan apropiadamente un reglamento interno que clarifique derechos y obligaciones. Tengan un sistema de reconocimiento o de compensación.</i>
40	<i>Que los jefes se involucren a los problemas básicos de los profesores y podamos a llegar a una solución compartida.</i>
44	<i>Poner más atención a la problemática de liderazgo directivo en ambientes culturales ya establecidos como rutinas y estados de confort de muchos de los miembros de la comunidad.</i>
47	<i>Mayor compromiso por parte de los docentes, así como supervisión y apoyo de los directivos.</i>
49	<i>Que las remuneraciones o reconocimientos a los integrantes del equipo sean basados en el logro de sus objetivos.</i>
53	<i>Mejora en la comunicación interna entre diferentes áreas administrativas y académicas.</i>
56	<i>Que la toma de decisiones sea incluyente y democrática, darle seguimiento a los proyectos que se imponen.</i>

Fuente: Elaboración de los autores.

Contraste de medias de las variables cualitativas del estudio versus las dimensiones del CO

En seguimiento al procesamiento de los datos recopilados en esta investigación y a fin de dar respuesta a la PI3, se menciona que se llevó a cabo el contraste de medias de cada dimensión del CO con las variables cualitativas del estudio. Para la variable de sexo se aplicó la prueba t de *stundet*, mientras que para el cargo de la persona encuestada, tipo de contratación, antigüedad en el puesto, estado civil, edad, y escolaridad, se utilizó la técnica de anova de un factor.

Del análisis efectuado por medio de la prueba t de *student*, se identificó que no existen diferencias estadísticamente significativas entre las medias de las dimensiones del CO y la variable de sexo, lo cual indica que tanto hombres como mujeres valoran con similar nivel de percepción el ambiente de trabajo en que desempeñan sus actividades. En cuanto a la técnica de anova de un factor, se identificó que no existen diferencias estadísticamente significativas entre las medias de cada dimensión del CO con relación a las variables cualitativas que refieren al cargo que desempeña la persona encuestada, su tipo de contratación, el estado civil, edad y su nivel de escolaridad (valores F, con $P_v > 0,05$).

Caso contrario sucede con la variable de antigüedad en el puesto, puesto que se logra identificar que existen diferencias estadísticamente significativas entre esta variable y la dimensión de normas, al ser las personas con un rango de 25 a 30 años de antigüedad en el trabajo, las que mayor nivel de puntuación otorgan a este componente (valores F, con $p < 0,05$). No obstante, cabe aclarar que al encontrarse diferencias significativas en la relación de solo una de las variables cualitativas del estudio respecto a una de las dimensiones del CO se rechaza la HI3, puesto que en su mayoría no existen diferencias significativas entre estos factores.

Conclusiones

Al analizar los resultados presentados en la presente investigación, se confirma en primera instancia que las dimensiones de estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, afecto, apoyo, normas, conflicto e identidad, propuestas en el modelo de Litwin y Stringer (1968) son factores determinantes en el análisis del CO, al identificar en el presente estudio alto nivel de confiabilidad en su medición. De igual forma, se concluye que de acuerdo con la percepción de los trabajadores, las instituciones académicas analizadas experimentan un CO inadecuado, al obtener puntuaciones que se encuentran por debajo de un nivel adecuado e incluso regular del clima organización. En esencia, se determinan como áreas débiles del estudio, la ineficiente implementación de un sistema de estímulos y recompensas, puesto que en promedio el 75% de los sujetos encuestados manifiestan estar en desacuerdo con la cantidad y suficiencia de recompensas y reconocimientos que se reciben.

Así mismo, en promedio el 50% tiene una opinión negativa sobre la confianza que se tiene del trabajo individual de las personas, el nivel de responsabilidad que asumen los empleados y la responsabilidad que toman para resolver los problemas laborales. En promedio el 30% de los encuestados perciben que los superiores no están dispuestos a dar oportunidad a las buenas ideas, un promedio del 40% considera que no existe una buena relación entre directivos y empleados, 41% manifiestan que el ambiente de trabajo no es fácil y ni relajado y en promedio el 51% percibe de manera negativa el apoyo que reciben de los jefes y compañeros, así como del interés que demuestran los superiores por conocer sus aspiraciones o necesidades personales.

Por otra parte, un importante 42% considera que dentro de la institución no existe presión por mejorar continuamente el rendimiento de los empleados y en promedio el 51% creen que los superiores no comparten la idea de que la gente contenta, desempeña mejor su trabajo. En tanto

que, en promedio el 48% manifiesta que no es posible conciliar los objetivos personales con los de la institución y el 42% percibe que no hay lealtad del personal hacia la institución.

Estos hallazgos ponen de manifiesto la necesidad de efectuar cambios que contribuyan a subsanar las áreas de oportunidad y mejorar la percepción de los trabajadores, ya que diversos autores señalan que el ambiente laboral en que se desarrollan los procesos de enseñanza-aprendizaje, se ve influenciado por el CO prevaleciente en las instituciones de educación, de tal forma que un clima favorable beneficia el entorno de trabajo y con ello el compromiso y desempeño de los empleados.

Por último, cabe mencionar que al realizar el contraste de medias de las variables del cargo que desempeña la persona encuestada, el tipo de contratación, antigüedad en el puesto, estado civil, edad, sexo y escolaridad con las dimensiones del CO, en su mayoría se identifica que no existen diferencias significativas, lo cual pone de manifiesto que los encuestados califican de manera similar la percepción que poseen del CO en la institución académica donde laboran.

En conclusión, el presente estudio logra identificar que el ambiente de trabajo juega un papel relevante en el comportamiento de los empleados y superiores, ya que engloba el conjunto de valores, fines, objetivos, creencias y reglas de funcionamiento a nivel individual, grupal y organizacional. Además, es de hacer notar que de acuerdo con Goleman (2005), el clima y las actitudes de las personas tienen un impacto de un 20% a un 30% sobre el rendimiento laboral. De ahí que analizar el clima organizacional es una tarea importante para toda organización, ya que permite a la alta dirección introducir cambios planificados en las actitudes y conductas de sus subordinados, así como en la estructura organizacional y los sistemas o procesos que así lo requieran.

Implicaciones del estudio

Al finalizar esta investigación, es importante hacer notar que el presente estudio cuenta con la limitante de que sólo se tomó el referente de un encuestado por institución académica analizada. Es decir, al haber encuestado a un grupo de trabajadores educativos que se encontraban tomando un curso de formación continua en el Instituto Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, no se logró tener acceso a los centros educativos de su adscripción, por lo que el análisis del CO se basó solamente en la percepción que la persona encuestada posee respecto al ambiente de trabajo de la institución donde labora, aspecto que limita la generalización de los resultados para la organización. Además, por ser un estudio transversal, los resultados obtenidos no podrán aplicarse en situaciones futuras, ya que la información recopilada es producto de la percepción actual de los encuestados, y por tanto, puede variar de acuerdo al tiempo y condiciones del entorno. Por último, cabe recordar que la aplicación de los cuestionarios se realizó vía Internet por medio del programa *Qualtrics*, aspecto que delimitó la selección de los participantes y dificultó la aplicación del instrumento a un mayor número de personas por no tener contacto directo con los sujetos de interés.

Bibliografía

Alcalá, E. (2011). *El clima organizacional en una institución pública de educación superior*. Tesis para obtención de grado, Universidad del Papaloapan Campus Tuxtepec. Oaxaca-México.

Álvarez, S. (2001). *La cultura y el clima organizacional como factores relevantes en la eficacia del Instituto de Oftalmología*. Tesis para obtención de grado. Universidad nacional Mayor de San Marcos. Perú.

Bermúdez, J. y Rincón, C. (2013). Caracterización del clima escolar en instituciones de educación infantil: Un análisis comparativo entre públicas y privadas. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. Recuperado de <http://www.ride.org.mx/version9-10-11-12/index.php/RIDE/article/download/378/368>

Bernal, I., Pedraza, N. y Sánchez, M. (2015). El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud: diseño de un modelo teórico. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 8-19.

Brunet, L. (1987). *El clima de trabajo en las organizaciones*. México: Trillas.

Caligiore, I. y Díaz, J. (2003). Clima organizacional y desempeño de los docentes en la ULA: Estudio de un caso. *Revista Venezolana de Gerencia*, 8(24), 644-658.

Cárdenas, L., Arciniegas, Y. y Barrera, M. (2009). *Modelo de intervención en clima organizacional*. *International Journal of Psychological Research*, 2(2), 121-127.

Cea D'Ancona, M. (2001). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Editorial Síntesis.

Chávez, E. (2011). *El clima de trabajo, generado por la cultura organizacional y su influencia como determinante en el comportamiento docente y administrativo de la Escuela Superior de Educación Física de la UAS*. Tesis para obtención de grado, Universidad Autónoma Metropolitana. México-Distrito Federal.

Dhake, G. (1989). *La comunicación humana*. México: Mc Graw-Hill.

Forehand, G. y Gilmer, B. (1964). Environmental variation in studies of organizational behavior. *Psychological Bulletin*, 62, 361-382.

Gan, F. (2007). El clima en las organizaciones, pp. 183-229. En Tejeda, J., Giménez, V., Gan, F., Viladot, G., Fandos, M., Jiménez, J. y Pío, A. (Ed.) *Formación de formadores*. Madrid: Thomson Editores.

García, C., Mercado, S., Sotelo, M., Vales, J., Esparza, I. y Ochoa, E. (2011). Evaluación de clima organizacional en profesores universitarios de Ciencias Económico-Administrativas. *Cultura Científica y Tecnológica*, 8(42), 21-31.

Garro, F. y Mendoza, N. (2012). *Clima organizacional y su relación con la calidad de los aprendizajes de los estudiantes del nivel secundaria de menores de las instituciones educativas públicas de Amarilis-Huánuco*. Tesis para obtención de grado, Universidad César Vallejo. Huánuco-Perú.

Goleman, D. (2005). *El líder resonante crea más*. México: Random House.

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. y Black, W. (2008). *Análisis multivariante*. México: Prentice Hall.

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.

Hesse, H., Gómez, R. y Bonales, J. (2010). Clima organizacional de una institución pública de educación superior en Morelia, Michoacán, México. *Escenarios*, 8(2), 41-50.

Huh, J., Delorme, D. y Reid, L. (2006). Perceived third-person effects and consumer attitudes on preventing and banning DTC advertising. *Journal of Consumer Affairs*, 40(1), 90-104.

Lavín, J. (2010). *Administración del capital de trabajo: un enfoque estratégico de calidad en la gestión pública hospitalaria*. México: Pearson.

Litwin, G. y Stringer, R. (1968). *Motivation and organizational climate*. Boston: Harvard University.

Mejías, A., Reyes, O. y Arzola, M. (2006). Medición del clima organizacional en instituciones de educación superior. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 10(38), 55-61.

Méndez, C. (2006). *Clima organizacional en Colombia. El IMCOC: un método de análisis para su intervención*. Colombia: Centro Editorial Universidad del Rosario.

Méndez, I., Namihira, D. Moreno, L. y Sosa, C. (2011). *El protocolo de Investigación. Lineamientos para su elaboración y análisis*. México: Trillas.

Montes, F. (2013). El clima institucional y su influencia en la gestión. *Revista Conexión*, 2(6), 1-8.

Münch, L. y Ángeles, E. (2007). *Métodos y técnicas de investigación*. México: Trillas.

Pelaes, O. (2010). *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos*. Tesis para obtención de grado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-Perú.

Peraza, Y. y García M. (2004). Clima organizacional: conceptos y experiencias. *Revista Transporte, Desarrollo y Medio Ambiente*, 24(1/2), 27-30.

Pérez de Maldonado, I. (1997). *El clima y la satisfacción en el trabajo, como fundamentos del éxito en la empresa de principios del próximo milenio*. Conferencia presentada en el I Simposio Colombiano sobre Clima Organizacional. En Memorias (pp.1-5), Bogotá.

Pérez de Maldonado, I. (2000). Modelo de acción pedagógica para capacitar gerentes en las empresas. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 19(2), 67-79.

Raudales, R. (2012). *Valoración del clima organizacional de las Unidades Académicas de la Facultad de Ciencia y Tecnología del Sistema Presencial en la Sede Central de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán*. Tesis para obtención de grado, Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán. Tegucigalpa-Honduras.

Rodríguez, N. (2004). El clima escolar. *Revista Digital Investigación y Educación*, 3(7), 1-12.

Saccca, J. (2010). *Relación entre clima institucional y el desempeño académico de los docentes de los Centros de Educación Básica Alternativa (CEBAs) del Distrito de San Martín de Porres*. Tesis para obtención de grado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-Perú.

Sánchez, G. (2006). *Clima organizacional: Desarrollo y validación de un instrumento de medición*. Tesis para obtención de grado, Universidad de las Américas Puebla. Puebla-México.

Segredo, A. y Reyes, D. (2004). Clima organizacional en salud pública. Consideraciones generales. *Revista Correo Científico Médico de Holguín*, 8(3), [online]. Recuperado el 12 de Julio de 2013 de: <http://www.cocmed.sld.cu/no83/n83rev4.htm>

Silva, M. (1992). Hacia una definición comprehensiva del clima organizacional. *Revista de Psicol. Gral. y Aplic.*, 45(4), 443-451.

Silva, M. (1996). *El clima en las organizaciones. Teoría, método e intervención*. Madrid: EUB.

Solines, A. (2013). *Estudio del clima laboral en la cadena American Deli S.A. de la ciudad de Guayaquil desde un enfoque de género, año 2012*". Tesis para obtención de grado, Universidad de Guayaquil. Guayaquil- Ecuador.

Sotelo, J., Figueroa, E., Arrieta, D. y Solís, R. (2012). Clima organizacional en universidades públicas. *Investigación Educativa Duranguense*, 6(12), 11-16.

Valle, R. (1995). *Gestión Estratégica de Recursos Humanos*. Estados Unidos: Addison Wesley Iberoamericana.

Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. y Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia. *Revista Diversitas-Perspectivas en Psicología*, 2(2), 329-349.

Villafranca, C. (2010). *Relación entre clima y compromiso institucional en docentes de las instituciones de educación inicial de la red N° 08 de la región Callao*. Tesis para obtención de grado, Universidad San Ignacio de Loyola. Lima-Perú.

ANEXO I
I. Estructura
I.1 En mi institución los puestos de trabajo están claramente definidos
I.2 En mi institución los puestos de trabajo están lógicamente estructurados
I.3 En mi institución se tiene claro quién tiene la autoridad formal para tomar decisiones
I.4 Conozco claramente las políticas de mi institución
I.5 Conozco claramente la estructura organizacional de mi institución
I.6 En mi institución se reduce al mínimo el papeleo administrativo
I.7 Las reglas y los detalles administrativos de mi institución permiten que las ideas nuevas y originales se tomen en cuenta
I.8 Existe organización y planificación de las actividades orientadas a la productividad del trabajo
I.9 Tengo bien definido quién es mi jefe
I.10 En mi institución se respetan los niveles de autoridad
I.11 Los superiores se preocupan por conseguir gente adecuada para hacer el trabajo
II. Responsabilidad
II.1 En mi institución se tiene confianza en el trabajo individual de las personas
II.2 Los superiores quieren que las personas hagan bien el trabajo sin estar verificándolo con los jefes inmediatos
II.3 A los subordinados se les deja asumir la responsabilidad en las actividades que realizan
II.4 La única manera de salir adelante en mi institución, es tener iniciativa por cuenta propia
II.5 Cada quien es responsable de resolver los problemas de acuerdo a su ámbito de competencia
II.6 Cuando se comete un error se asumen las responsabilidades
II.7 Los empleados de mi institución siempre asumen la responsabilidad de su trabajo
III. Recompensa
III.1 En mi institución existe un sistema de escalafón que promueve el ascenso de los mejores empleados
III.2 En mi institución las recompensas y estímulos son mayores a las llamadas de atención y críticas hacia el trabajo
III.3 En mi institución las personas son recompensadas en proporción al desempeño en el trabajo
III.4 Hay una gran cantidad de recompensas en mi institución
III.5 Son suficientes las recompensas y reconocimientos en mi institución por hacer un buen trabajo
III.6 Si se comete un error en mi institución se aplican sanciones administrativas
IV. Riesgo
IV.1 El objetivo de nuestros directivos es ofrecer mejores servicios en comparación con otras institución educativas
IV.2 La institución se ha fortalecido tomando decisiones adecuadas en el momento adecuado
IV.3 La toma de decisiones en mi institución siempre buscan alcanzar la eficacia máxima
IV.4 Los superiores están dispuestas a dar oportunidades a las buenas ideas
IV.5 De vez en cuando se toman decisiones difíciles para ser mejores que otras instituciones educativas
V. Afecto
V.1 Un ambiente agradable prevalece en los departamentos de mi institución
V.2 La institución se caracteriza por un ambiente de trabajo fácil y relajado
V.3 En mi institución es muy fácil llegar a conocer a las personas
V.4 Las personas en mi institución tienden a ser amistosas hacia los demás
V.5 Se tiene una estrecha relación entre la dirección y los trabajadores de mi institución
VI. Apoyo
VI.1 Se tiene el apoyo de los superiores cuando se comete un error
VI.2 Los superiores hacen un esfuerzo por conocer las aspiraciones que tienen los empleados dentro de la institución
VI.3 La gente en mi institución tiene confianza suficiente el uno del otro
VI.4 Los superiores hacen hincapié en las necesidades de su personal
VI.5 Cuando estoy en una tarea difícil por lo general puede contar con la ayuda de mi jefe y compañeros de trabajo
VII. Normas
VII.1 En mi institución se establecen altos estándares de desempeño
VII.2 Los superiores propician la mejora continua
VII.3 En mi institución hay una fuerte presión por mejorar continuamente el rendimiento de los empleados
VII.4 Los superiores consideran que si la gente está contenta, el desempeño será mejor
VII.5 Para salir adelante en mi institución es importante ser un buen empleado
VII.6 Estoy orgulloso con mi rendimiento en la institución
VIII. Conflicto
VIII.1 La mejor manera de evitar conflictos es mantenerse al margen de discusiones y desacuerdos
VIII.2 La actitud de los superiores es que el conflicto entre los departamentos e individuos puede fomentar la competencia saludable
VIII.3 Se nos anima a decir lo que pensamos, incluso si eso significa estar en desacuerdo con nuestros superiores
VIII.4 En las reuniones directivas el objetivo es llegar a una decisión tan fácil y rápidamente como sea posible
IX. Identidad
IX.1 Estoy orgulloso de pertenecer a mi institución
IX.2 Siento que soy miembro de un equipo de trabajo que funciona bien
IX.3 Existe mucha lealtad del personal hacia la institución
IX.4 En mi institución es posible conciliar los objetivos personales con los objetivos de la institución

Fuente: Elaboración de los autores.



ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA FACULTAD DE ORGANIZACIÓN DEPORTIVA UANL

Autoras:

Lic. Marcela Margarita Quiroga de la Torre

Facultad de Organización Deportiva-UANL

Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L., México C.P. 66455

Tel. (81)1340-4450, ext. 7603

Correo: marcelaposgrado@gmail.com

Mexicana

Dra. Adriana Segovia Romo

Facultad de Contaduría Pública y Administración, UANL.

Edificio Posgrado y CEDEEM, Cd. Universitaria

San Nicolás de los Garza, N.L., México 66455

Tel y Fax (81)1340-4430

Correo: adrianasegovia@hotmail.com

Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 13/Mayo/2015

RESUMEN

El presente estudio representa el área de oportunidad *Clima Organizacional* susceptible a mejorar de la Facultad de Organización Deportiva (FOD) de la UANL. Se conocerán diferentes perspectivas y necesidades que los empleados tienen; el instrumento aplicado se divide en seis segmentos, cuestionando a los empleados sobre su trabajo, condiciones de trabajo, relaciones interpersonales, liderazgo, organización y satisfacción en el trabajo. Con la intención de conocer si el clima laboral de FOD es sano, donde los empleados se sientan satisfechos, estén bien informados de sus funciones laborales, cuenten con apoyo de la dirección, de su jefe inmediato y existan relaciones cordiales interpersonales, Se concluyo que, los empleados si están informados sobre sus funciones, existen en ellos satisfacción laboral, hay sentido de pertenencia hacia la FOD faltando un poco de reconocimiento en esfuerzos y logros por parte de la Dirección, en general las relaciones interpersonales con jefe y compañeros es muy buena.

Palabras clave: clima organizacional, empleados administrativos, FOD.

ABSTRACT

This study represents the area of opportunity Organizational Climate susceptible to improve of the Faculty of Physical Education (FOD) of the UANL. It's going to find different perspectives and needs that employee has. The instrument applied is divided into six segments: questions about the employee work, working conditions, interpersonal relationships, leadership, organization and job satisfaction. In order to determine the working environment of FOD, if is healthy, a place where employees are satisfied, are well informed of their job functions, count on support from management, from their immediate boss, and if there are interpersonal cordial relations. The results of the application of the survey concluded that the employees are satisfied when they are informed of their functions, and they also have sense of belonging to the FOD even they are missing recognition efforts and achievements by the Director, but in general, the relationship with boss and coworkers is very good.

Keywords: organizational climate, administrative employees, FOD.

Análisis descriptivo del clima organizacional del personal administrativo de la Facultad de Organización Deportiva UANL

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Organización Deportiva (FOD) de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), fundada en 1974, es formadora de capital humano en el ámbito de las Ciencias del Ejercicio en el nivel superior y en el posgrado especializando en la Actividad Física y el Deporte con sus orientaciones de Adultos Mayores, Alto Rendimiento Deportivo, Educación Física y Gestión Deportiva. Además cuenta con una maestría en Psicología Deportiva en conjunto con la Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Nuevo León y un Doctorado en Ciencias de la Cultura Física y el Deporte en conjunto con la Universidad Autónoma de Chihuahua.

La FOD es formadora de Licenciados en Ciencias del Ejercicio, que puedan fungir como entrenadores deportivos que contribuyan al fomento y práctica de las diferentes disciplinas deportivas; como docentes de educación física en todos los niveles del sistema educativo mexicano y como administradores para dirigir y organizar eventos deportivos, empresas deportivas y equipos profesionales; fomentando la recreación, calidad de vida y desarrollo integral, cubriendo de esta manera los intereses y necesidades de toda la población.

Con el propósito de conservar la calidad en todos sus procesos, la Facultad de Organización Deportiva se ha comprometido a mejorar las ya existentes áreas de oportunidad, siendo una de ellas, las funciones de sus empleados administrativos, por ello la necesidad de actualizar el instrumento utilizado para medir el clima organizacional. El bienestar laboral tiene una estrecha relación con la satisfacción de las personas con su trabajo, los resultados económicos de las organizaciones donde laboran, la satisfacción de los clientes o usuarios y las condiciones internas donde desarrolla sus funciones (Barley y Kunda, 1992 citado en Calderón, Serna y Zuluaga, 2013).

Por ello surge la pregunta de investigación ¿cuenta FOD con un buen clima laboral, donde los empleados se si

enten satisfechos, están bien informados de cuáles son sus funciones, cuentan con apoyo de la dirección, de su jefe inmediato y existen relaciones interpersonales cordiales?

La intención de cumplir con la promoción de valores y el cumplimiento de objetivos de la dependencia y además tomando en cuenta la recomendación expuesta de auditoría de calidad ISO 9001- 2008, de contar con indicadores que midan la satisfacción laboral, entre otras cosas, justifica la inquietud de cambiar el actual instrumento de clima organizacional, y los resultados obtenidos, servirán para futuras decisiones en el mejoramiento del clima organizacional de la

FOD, lo anterior se pudo realizar gracias a la participación de los empleados administrativos de la FOD.

El presente estudio representa una investigación con orientación en capital humano. No se planteó una hipótesis propiamente, solo se hizo el planteamiento del problema a partir de la pregunta antes mencionada.

MARCO TEÓRICO

En este punto se expone el estudio de la literatura, obtenida de diferentes fuentes de investigación y diferentes autores expertos en el tema de clima y cultura organizacional, así como en satisfacción, comunicación, condiciones en el área de trabajo, relaciones interpersonales, también se revisarán un par de estudios realizados en universidades.

Se pueden tener diferentes percepciones de *clima organizacional*, algunas personas piensan que se refiere al lugar de trabajo, a las relaciones interpersonales con compañeros y jefes, a la comunicación; es decir, todo lo que tiene que ver con el ambiente laboral que existe en el entorno del mismo (Newstrom, 2011; Robinson, 2013). Por otra parte, la *cultura organizacional* (Chiavenato, 2001; Ascary y Peña, 2012) podría estar relacionada, tal vez, con las normas de una organización que deben ser seguidas por sus empleados para el correcto funcionamiento, entre los cuales se destacan: el proceso de ISO, planes de estratégicos, visión, misión objetivos, reglamentos internos, manual de procedimientos, políticas, etc. Para despejar las dudas y confusiones de lo antes mencionado, es conveniente definir y analizar los conceptos de comportamiento organizacional y cultura organizacional, las cuales, aparentemente son lo mismo; se mencionarán y analizarán las diferentes perspectivas, que diversos autores han compartido.

Genesi, Romero y Tinedo (2011) realizaron un estudio donde analizaron el comportamiento organizacional del talento humano en las instituciones educativas en Venezuela, se fundamentaron en las teorías de Robbins (2004), Schermerhorn (2007) y Alles (2007). El estudio fue analítico-descriptivo de campo, con diseño no experimental-transeccional. La población constó de 60 sujetos. La técnica utilizada para recabar información fue la observación por encuesta. Los resultados indicaron, entre otros, que la personalidad y el cambio organizacional son escasos, por lo que se debe hacer un esfuerzo para proporcionar al gerente y al docente el mejoramiento en estas habilidades.

En este estudio, se evidencia que el personal gerencial da respuestas inmediatas a los requerimientos de los subordinados, se aprecia el trabajo en equipo, se muestra confianza en el trabajo realizado por los demás miembros; observándose que existe una perspectiva común cuando se comparten las actividades laborales, generando un comportamiento organizacional muy amplio entre los miembros del equipo.

Comprensión del Comportamiento Organizacional. Newstrom (2011), define comportamiento organizacional como un estudio sistemático y aplicación cuidadosa del conocimiento sobre la forma como la gente (individuos y grupos) actúa en las organizaciones. El comportamiento organizacional aporta un conjunto útil de herramientas en muchos niveles de análisis, como observar la conducta de los individuos, también la complejidad de las relaciones interpersonales, la relación de grupos o equipos y como estos grupos se coordinan formando relaciones intergrupales.

Metas del Comportamiento Organizacional. Las cuatro metas que hace mención Newstrom (2011) son:

- a) *Describir*, es la forma en que las personas se comunican o comportan en una situación determinada;
- b) *Entender*, cuales son las razones por las cuales se comportan las personas de cierta manera;
- c) *Predecir*, el administrador tendrá la capacidad de pronosticar que empleados serán proactivos y productivos y quienes no, tomando medidas de acción para prever o remediar actitudes negativas;
- y d) *Controlar*, la buena supervisión de las actividades de los empleados deberá dar mejores resultados, delegando pero no descuidando el monitoreo de los objetivos lleva al equipo de trabajo a sentirse guiado.

¿Qué es Comportamiento Organizacional? La definición que establece Miles, et al., (2010), es un campo de estudio que investiga el efecto que tiene el individuo, los grupos y la estructura sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar dicho conocimiento para mejorar la efectividad de las mismas.

Es decir, se ocupa de estudiar lo que hacen las personas en las organizaciones y de cómo ese comportamiento afecta el desempeño de la institución, específicamente en el ámbito laboral haciendo énfasis con los puestos de trabajo, ausentismo, rotación de personal, productividad, desempeño humano y la administración.

El comportamiento es fácil de observar, el interpretar la conducta de un individuo puede llevar a predicciones equivocadas si se sigue la intuición, de tal forma que adaptar el estudio sistemático constituye un medio para efectuar pronósticos razonablemente exactos, atribuidos a causas y efectos, basados en evidencias científicas, es decir, en datos controlados y medidos. Por ello, para complementar el estudio sistemático la administración debe basarse en evidencias científicas disponibles, lo cuestionable aquí será como dice Jack Welch (ex director de GE) “el meollo, es saber cuándo seguir una corazonada”. La consecuencias de basarse en la intuición

empeoran por el hecho de que se tiende a sobrestimar la exactitud de lo que se cree que se sabe (Miles, et al., 2010).

Limitaciones del comportamiento organizacional. El clima organizacional en una organización presentará tarde o temprano limitaciones y problemas, existirán situaciones de conflictos y frustraciones de los empleados que no serán eliminados, pero si reducidos si se cuenta con un adecuado comportamiento organizacional. Un mejor comportamiento organizacional no resolverá el desempleo, no compensará deficiencias, no sustituirá la planeación o controles deficientes. Es sólo uno de muchos sistemas que operan dentro de un sistema social mayor.

Sesgo conductual, es un error suponer que el comportamiento organizacional es tan solo crear fuerzas de trabajo satisfechas, el sesgo conductual llega ser tan grande que daña a los empleados, así como a las organizaciones. Los empleados encontrarán excusas para sus fracasos más que asumir la responsabilidad de su progreso, faltándoles disciplina y respeto personal. La manipulación no ética de la gente, es una de las preocupaciones del comportamiento organizacional, donde, el conocimiento y técnicas se pueden utilizar para manipular a la gente en forma no ética, así como ayudarla a desarrollar su potencial. Los gerentes que se encuentran con poder deberán mantener alta la integridad ética y moral (Newstrom, 2011).

Si recordamos el tan mencionado “*iceberg Organizacional*” veremos en la figura 1, los aspectos visibles y superficiales que se observa en las organizaciones son consecuencias de su cultura, como edificios, colores, oficinas, políticas, reglamentos etc. Y en la parte sumergida se encuentran los aspectos invisibles y profundos, ahí ven y sienten los aspectos psicológicos de la cultura.

Fomentar una Cultura de Excelencia y Ética. Por su parte, la percepción de cultura organizacional que tienen Dess, Lumpkin y Eisner (2010), es como un medio de control para la organización y los líderes que desempeñan una función muy importante en su cambio y desarrollo, llegando a la excelencia concentrándose en las principales competencias y principios éticos rigurosos. Estos autores enfatizan que el efecto positivo o negativo en una organización depende principalmente del comportamiento del líder. Los gerentes y altos ejecutivos deben asumir la personalidad en el desarrollo y fortalecimiento del comportamiento ético de la organización, demostrando que dicho comportamiento es fundamental para la visión y misión, es decir, debe “predicar con el ejemplo”. Sugieren además, contar con métodos de integridad que motivan a mostrar compromiso personal y organizacional con la conducta ética, este modelo reúne los siguientes elementos: *Modelo de conducta*: el líder debe ser congruente en sus palabras y hechos, *Credos corporativos y códigos de conducta*: son mecanismo que contienen declaraciones de las normas y creencias, así como lineamientos para la toma de decisiones,

Políticas y procedimientos: deben ser formulados con cuidado porque son la guía del comportamiento de todos los empleados.

La Cultura Corporativa Orientada a las personas. La cultura corporativa o cultura empresarial llamada así por Marr y García (1997), es la capacidad de dirigir personas y no “cosas”. Desde la perspectiva del marco cultura de la empresa, significa que las personas se identifiquen con la empresa y con su espacio y con los valores de actuación. La cultura empresarial compromete a usar estilos de dirección y formas de comunicación, de diálogo o de solución de los problemas. La actuación de la personas dentro de la empresa, en función de la cultura empresarial, debe tener presente cual es el fin o proyecto de esa empresa y una vez asumido el proyecto a alcanzar, se plantea el diálogo y la necesidad de que todos contribuyan. Para que se dé lo anterior, debe estar bien definida la personalidad y capacidad del directivo, y revisar cual será la forma de dirigir y comunicar a las personas.

Marr y García (1997) agregan dos elementos o sentimientos básicos que genera la cultura organizacional en las relaciones interpersonales, la seguridad, es decir confianza, creen en la institución y en sus directivos y esto facilitará la coordinación entre personas. Reconocimiento es el otro elemento, por el esfuerzo personal y la contribución al proyecto conjunto, además de ser evidente la aportación individual, permitiendo una ventaja competitiva. Una cultura corporativa que se orienta a las personas, busca básicamente motivar a la misma a través de la integración en el proyecto comprometiéndola con el mismo. Se intenta desarrollar un espacio común para el grupo de personas de la empresa que, a través de una participación responsable y asumiendo riesgos, permita crear e innovar.

La cultura laboral en la actualidad de México. La Nueva Cultura Laboral que la Secretaria del Trabajo y Previsión Social (2012) establece, es un proceso continuo de armonización de las relaciones de trabajo para asegurar la permanencia y el desarrollo de las fuentes de empleo.

1. El trabajo humano tiene un valor ético y trascendente que debe ser respetado y protegido por la sociedad.

2. El fundamento que determina el valor del trabajo es, en primer lugar, la dignidad de la persona de quien lo ejecuta, lo cual determina su primacía sobre las cosas, sistemas económicos y administrativos.

3. El trabajo, además de ser el medio legítimo de manutención del ser humano y su familia, debe ser también el medio de desarrollo integral de la persona.

4. El trabajo es fuente de derechos y obligaciones. Los derechos deben ser respetados y promovidos. Las obligaciones deben ser cumplidas con espíritu de responsabilidad y autoexigencia.

5. El lugar mayoritario del trabajo en la actualidad es la empresa, donde confluyen trabajadores, directivos e inversionistas, no se podría existir sin ello. La solidaridad entre sus integrantes y su decidida participación favorecen la productividad. La clave para avanzar en la productividad y la calidad para la competitividad radica sobre todo en la coordinación de los sectores productivos.

6. Para poder elevar el nivel de vida de la sociedad es necesaria la productividad, que es un proceso en el que intervienen numerosos factores, y que debe permitir una remuneración mejor a las personas que intervienen para lograrla. El trabajo que genera desarrollo es garantía de paz social.

7. Los esfuerzos por asegurar mayores beneficios a los trabajadores deben tener siempre en cuenta la situación económica general del país y de las empresas en particular.

8. Se vive en un mundo económico globalizado. Esta realidad debe impulsar la creatividad, la responsabilidad social, la imaginación de todos los mexicanos para adoptar una nueva cultura laboral que permita alcanzar el pleno empleo con productividad y calidad para la competitividad.

9. La Nueva Cultura Laboral mexicana debe tener como sustento fundamental el diálogo, la concertación y la unidad de esfuerzos entre las organizaciones sindicales y los directivos empresariales. Invariablemente se buscará que dicha cultura se oriente a la creación y permanencia de las empresas, a la conservación y promoción del empleo, al aumento de la rentabilidad, a la justa distribución de las utilidades y a la lucha contra la corrupción de líderes sindicales y empresarios.

10. El problema clave de la ética social en el que deben contribuir conjuntamente en su solución organismos empresariales, sindicatos y gobierno, es el de la justa remuneración de todos los factores de la producción, procurando ante todo que se den las condiciones favorables para la generación de empleo digno y productivo (STPS, 2012).

Beneficios de la nueva cultura laboral.

Mayor participación en los mercados.

Mejor medio ambiente.

Empleos mejor remunerados.

Mejora continua de productos y servicios.

Mayor rentabilidad de las empresas.

Mejores condiciones de trabajo.

Clima Organizacional = ó ≠ Cultura Organizacional. Al inicio del marco teórico, se comentó que Clima organizacional y Comportamiento organizacional parecen lo mismo, y Chiavenato (2001) aclara ambos conceptos:

Clima organizacional se refiere al ambiente interno entre los miembros de una organización y se relaciona íntimamente con el grado de motivación de sus integrantes. El término clima organizacional se refiere de manera específica a las propiedades motivacionales del ambiente organizacional; es decir, a los aspectos de la organización que llevan a la estimulación o provocación de diferentes tipos de motivaciones en sus integrantes. Así, el clima organizacional es favorable cuando satisface necesidades personales de los integrantes y eleva la moral. Es desfavorable cuando frustra sus necesidades (Chiavenato, 2001). Como la adaptación a pertenecer a un grupo social y de la autorrealización son satisfacciones necesarias y dependen particularmente de las personas en posiciones de autoridad jerárquica, es importante para los gerentes o administradores comprender la naturaleza de la adaptación y desadaptación de las personas.

Por su parte, la cultura organizacional representa la informalidad, lo no escrito, lo que está orientado al “día-día” de la organizaciones, es un conjunto de hábitos y creencias ya establecidas que son compartidos por todos los miembros. Cultura organizacional es un modo de vida, un sistema de creencias y valores, una forma aceptada de interacción y relaciones típicas de determinada organización (Chiavenato, 2001).

Hay mucho que hacer en México, las áreas de oportunidad siempre existirán, el problema es que no siempre permean los cambios culturales, desde los estilos de liderazgo administrativos hasta los niveles operativos. Un paso significativo será empezar a erradicar la falta de ética, impuntualidad, improvisaciones. Hay que mirar al futuro planificando con estrategias innovadoras (Ascary y Peña, 2012)

Actitudes hacia el trabajo. Existen muchas actitudes, pero el comportamiento organizacional demanda un número limitado de actitudes relacionadas con el trabajo, las cuales son consideradas positivas o negativas por los empleados acerca de aspectos del ambiente laboral. Miles et al., (2010) menciona 4 actitudes: satisfacción laboral, involucramiento en el trabajo, compromiso organizacional y compromiso del empleado.

El bienestar laboral, tema mencionado en los antecedentes, se encuentra estrechamente ligado a la *satisfacción laboral*, en ese sentido se puede decir que el bienestar laboral la motiva, ese sentimiento positivo vinculado a un puesto de trabajo es lo que se conoce como satisfacción laboral. Ésta es provocada en gran medida por el *involucramiento en el trabajo*, es decir, cuando el empleado se siente muy identificado e interesado con las actividades que realiza y considera que su puesto de trabajo y su desempeño son importantes.

Las dos actitudes mencionadas conducen al *compromiso organizacional* que el empleado siente hacia una organización en particular, participando en el cumplimiento de metas y deseando continuar laborando en ella (Miles et al., 2010).

El *apoyo organizacional* es el grado en que los empleados creen que la organización valora su contribución y se ocupa de su bienestar, perciben ese apoyo cuando las recompensas son justas, toman decisiones y sus jefes directos o supervisores les ofrecen apoyo, estos empleados con alto nivel de percepción de apoyo laboral son menos impuntuales y con actitud de servicio. El otro concepto es *compromiso del empleado*, definido como el involucramiento, satisfacción y entusiasmo que el individuo muestra hacia el trabajo que realiza, los empleados muy comprometidos sienten pasión por sus labores, además de una conexión con su empresa, poniendo energía y atención en sus actividades (Miles, et al., 2010).

Funciones de la Comunicación. La comunicación favorece la motivación porque aclara a los empleados lo que deben hacer, que tan bien los están haciendo y como podrían mejorarlo para tener un mejor rendimiento. Se requiere de la comunicación para definir metas específicas y retroalimentar su progreso, que estimula la motivación. La comunicación que existe dentro de una organización es el medio fundamental por lo cual los miembros expresan tanto sus frustraciones como sus sentimientos de satisfacción, pero su principal función consiste en facilitar la toma de decisiones. Proporciona información que los individuos y grupos necesitan para tomar decisiones, gracias a la transmisión de datos requeridos para identificar y evaluar las alternativas (Miles, et al., 2010).

Liderazgo para el futuro: Tutoría. El mentor es un empleado de alto nivel que apoya a un empleado con menos experiencia. Los mentores exitosos son buenos maestros; muestran sus ideas con claridad, escuchan bien y son empáticos con los problemas de los empleados, cumpliendo objetivos tanto profesionales como psicológicos.

Las relaciones informales de tutoría se desarrollan cuando el líder identifica a un empleado que tiene potencial, pero no cuenta con experiencia; esto funciona poniéndolo a prueba con una tarea difícil y si tiene un resultado aceptable, el tutor procede a enseñarle cómo funciona realmente en esa organización.

Relaciones interpersonales en el trabajo. La satisfacción laboral se mantiene viva gracias a las buenas y cordiales relaciones interpersonales que existen en el lugar de trabajo; el establecer las buenas relaciones en el trabajo también aumenta el sentido de pertenencia y compromiso, fomentando la lealtad con la institución.

A continuación se enlistan algunas conductas que ayudan a desarrollar y fomentar buenas relaciones laborales:

- Ser digno de confianza
- Tratar a los colegas con respeto

- Cumplir las promesas
- Resolver conflictos, estar abierto al diálogo
- Invertir tiempo con los colegas
- Usar el sentido común, ser discreto(a) con las confidencias

El impacto del Burnout en el trabajo. El burnout es un síndrome psicológico en el que se presentan estresores interpersonales endémicos en el lugar de trabajo, las tres dimensiones claves son los sentimientos de: agotamiento, cinismo y desapego por el trabajo, además de frustración por falta de logros.

El burnout ha sido relacionado con diversas formas negativas de manifestaciones hacia el trabajo, incluyendo insatisfacción laboral, bajo compromiso con la organización, absentismo, deseo de abandonar el trabajo y rotación de trabajo (Schaufeli y Enzmann 1998, citados en Maslach, 2009). Las personas que están experimentando burnout pueden tener un efecto negativo con sus compañeros de trabajo, ocasionando problemas interpersonales o inquietando las actividades laborales, incluso puede ser contagioso (Maslach, 2009).

El estudio de la literatura expuesto, ayudará a fortalecer la comprensión del tema y será de gran ayuda en el análisis de los resultados y en la exposición de las conclusiones y recomendaciones.

METODOLOGÍA

Como se citó en los antecedentes, el instrumento con el que contaba la Facultad de Organización Deportiva para conocer los indicadores de clima organizacional, carecían de contenido, por ello se dio a la tarea de diseñar un instrumento que cumpliera con las expectativas de FOD. El instrumento de medición encontrado se adaptará con términos y costumbres de FOD, generando un esquema propio para diagnosticar el clima organizacional.

Diseño de la investigación

De acuerdo a los objetivos planteados al inicio de este proyecto, ésta es una investigación con enfoque cuantitativo porque utiliza la recolección de datos para probar las hipótesis con base en medición numérica; es del tipo no experimental porque no se manipulan las variables, sólo se observarán los fenómenos y transversal porque los datos se recolectan en un solo momento (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

El instrumento de medición fue adaptado a las necesidades propias de la FOD, se utilizó en la investigación sobre la perspectiva del talento humano del clima laboral de una institución universitaria (Alvarado, 2012).

Se utilizará una encuesta como instrumento de medición, la cual constará de 6 dimensiones con 49 preguntas divididas por variable, como sigue: Sobre mi Trabajo (12); Sobre las Condiciones de Trabajo (4); Sobre las Relaciones interpersonales en el trabajo (9), Sobre Liderazgo (12), Sobre la Institución-FOD (9) y Satisfacción en el trabajo (3).

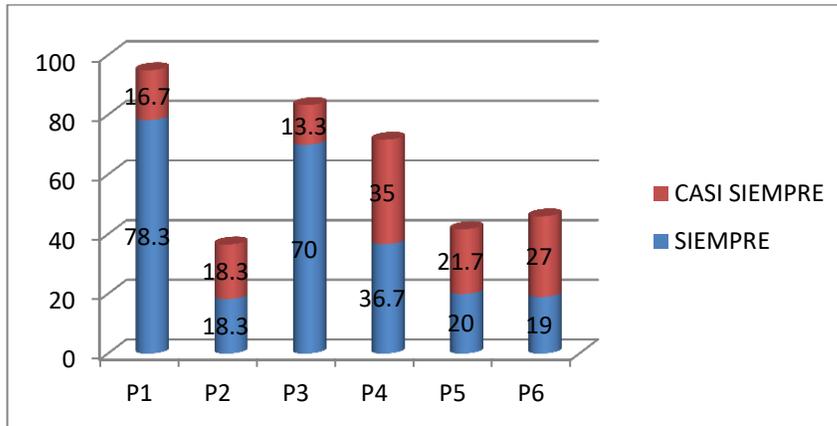
Cabe mencionar que se hará referencia de los ítems que muestren más relevancia, mismos que serán mostrados en las figuras de los datos arrojados en la estadística descriptiva (frecuencia). Al estimar el *Alpha de Cronbach* general de todo el instrumento el resultado fue de 0.852, se calculó además el *Alpha de Cronbach* de cada una de la dimensiones mencionadas resultando lo siguiente: Sobre mi Trabajo: 0.037, Sobre las Condiciones de Trabajo: 0.614, Sobre las Relaciones interpersonales en el trabajo: 0.852, Sobre Liderazgo: 0.899, Sobre la Institución-FOD: 0.822 y Satisfacción en el trabajo: 0.814; la muestra es pequeña, pero abarca una parte proporcional del universo, con el mencionado resultado se prueba que el instrumento es fiable. La muestra de la población corresponde a 70 empleados administrativos de la Facultad de Organización Deportiva (FOD) y se pretende encuestar al 100%. No se excluyeron ítems del primer segmento del instrumento a pesar de haber arrojado una *Alpha de Cronbach* bajo, esto debido a la inquietud de conocer el impacto de este factor en esta investigación, en futuras investigaciones se establecerán cambios al dicho instrumento.

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Se originaron tablas con estadística descriptiva de las seis dimensiones mencionadas en el diseño de la investigación, específicamente la frecuencia de cada uno de los ítems. Se logró aplicar 60 encuestas, consiguiendo el 85.7 % del padrón de empleados administrativos, permitiendo obtener información representativa y consistente. Es importante destacar que el **63.3%** de las personas que participaron tienen una antigüedad en esta institución no mayor a 5 años, lo cual muestra que poseen una experiencia razonable a partir de la cual pudieron generar opiniones concretas de su entorno laboral. Participaron 29 hombres (**48.3%**) y 31 mujeres (**51.7%**).

En la figura 1, se puede observar que como el empleado ya conoce bien sus funciones, tiene libertad de hacer su trabajo con diferentes métodos, logrando mejores o los mismos resultados. Para desempeñar mejor sus funciones el empleado administrativo de FOD considera prudente la capacitación para un mejor desarrollo. También considera justo su sueldo por las

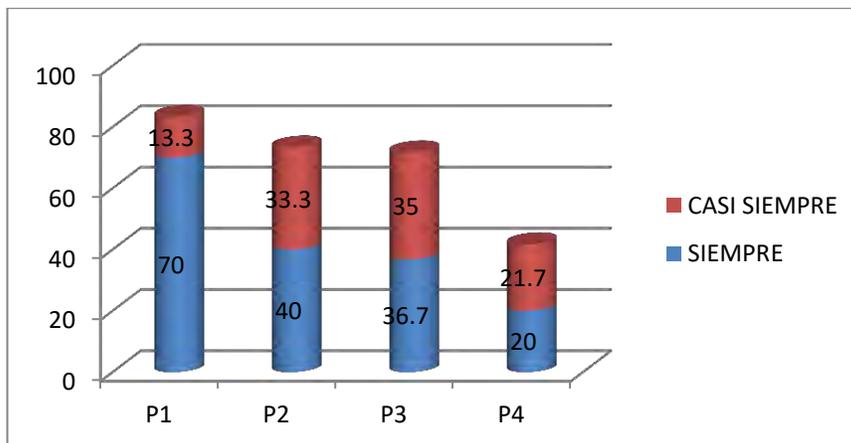
funciones que realiza. Los empleados, dadas sus funciones, consideran justa la remuneración económica y los beneficios (capacitación, seguro, prestaciones) que reciben.



- P1= Están definidas claramente las funciones de mi puesto y mis límites de responsabilidades.
- P2= Para desempeñar las funciones de mi puesto tengo que hacer un esfuerzo adicional y retador en el trabajo.
- P3= Me gustaría seguir trabajando en mi área de trabajo.
- P4= Los salarios de la institución están balanceados con las funciones que se realizan y su correspondiente sueldo.
- P5= Considero que necesito capacitación en algún área de mi interés y que forma parte importante de mi desarrollo.
- P6= Recibo "en forma oportuna" la información que requiero para mi trabajo.

Figura 1. "Sobre mi Trabajo"
Fuente: Elaboración propia.

Lo antes mencionado puede ser ratificado con los porcentajes de las barras P1 y P3 mostradas en la figura 1, en ellas se muestra que al 95% de los empleados les queda claro como realizar sus actividades y el 83% se encuentra conforme en el área designada. Más del 70% de los empleados administrativos de FOD mencionaron que cuentan con el equipo y la información necesaria para desempeñar su trabajo. Pero solo el 41.7% de los empleados manifiesta que la administración de FOD procura que en la institución se tomen en cuenta los aspectos físicos ambientales, tales como: ruido, temperatura, humedad, iluminación etc. (Figura 2, P4).

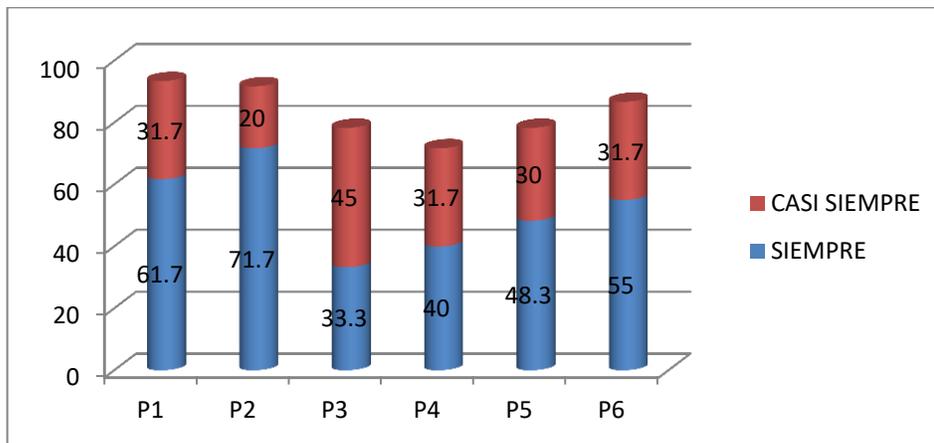


- P1= La distribución física y geográfica de mi área contribuye al flujo de trabajo e información.**
- P2= Cuento con el equipo necesario para ejecutar mi trabajo.**
- P3= La información existente en mi departamento facilita el trabajo.**
- P4= En mi institución se toma en cuenta aspectos físico ambientales como: ruido, temperatura, humedad, iluminación, condiciones climáticas y ergonomía.**

Figura 2. “Sobre las condiciones de Trabajo”

Fuente: Elaboración propia.

La figura 3 muestra que más del 90% de los empleados administrativos de FOD, saben qué responsabilidades tiene cada quien en su equipo de trabajo. De igual forma, los empleados mencionan que conocen bien las funciones de su jefe (P2 y P3) y que se trabaja en equipo (P5), también consideran que existe compañerismo para dar un mejor servicio (P6).

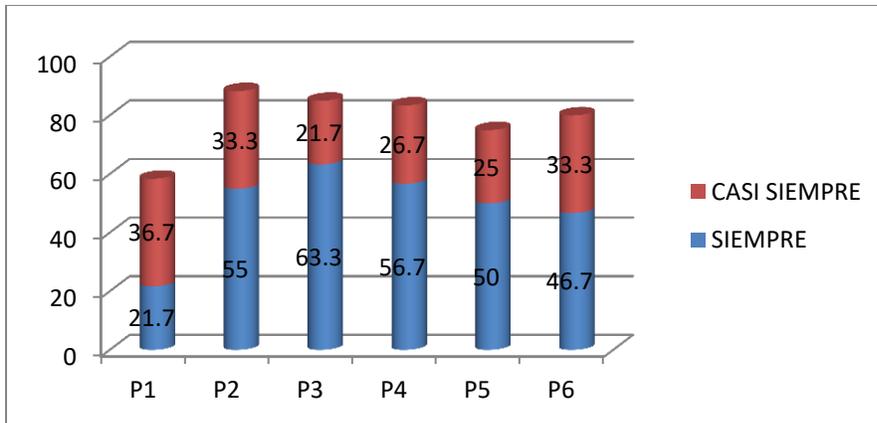


- P1= Conozco las responsabilidades y funciones de: Mis compañeros de trabajo en mi área o departamento.**
- P2= Conozco las responsabilidades y funciones de: Mi jefe.**
- P3= Conozco las responsabilidades y funciones de: Del personal de otras áreas o departamentos.**
- P4= La carga de su trabajo es equitativa (igual) con respecto a las de sus compañeros de área.**
- P5= Hay evidencia de que en mi área se trabaja en equipo exitosamente.**
- P6= Mis compañeros y yo nos apoyamos para servir a los usuarios.**

Figura 3. Sobre las Relaciones Interpersonales en el Trabajo

Fuente: Elaboración propia.

La figura 4 indica que el adiestramiento y orientación recibida por parte de su jefe directo es considerada por el empleado como buena, además de que comunica de manera efectiva la forma de trabajar y de recibir retroalimentación.



P1= Hay evidencia de que mi jefe me apoya utilizando mis ideas o propuestas para mejorar el trabajo.

P2= Me siento satisfecho con la forma de trabajar de mi jefe.

P3= Mi jefe me orienta y me facilita el cumplimiento de mi trabajo.

P4= Mi jefe me comunica efectivamente las políticas y forma de trabajo de mi área.

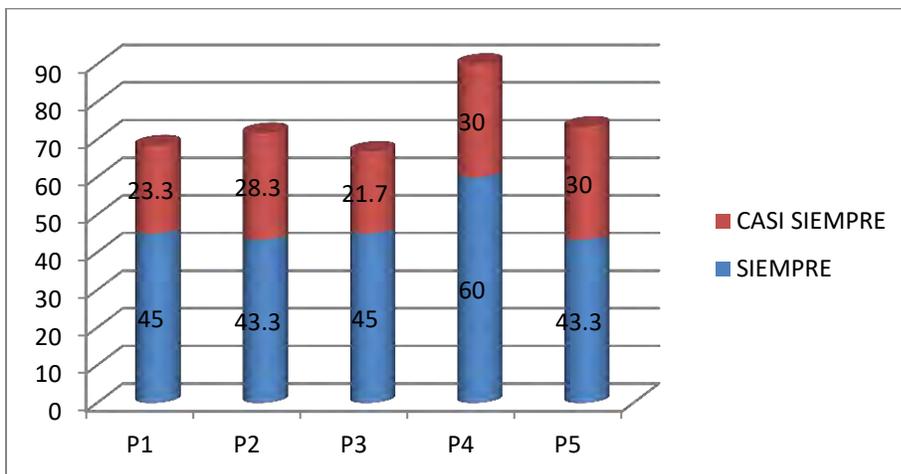
P5= Mi jefe me da retroalimentación (sugerencias) de mi desempeño.

P6= Mi jefe me hace saber que valora mis esfuerzos y aportaciones en mi trabajo, aun cuando por causas ajenas no se alcance el objetivo deseado.

Figura 4. Sobre Liderazgo
 Fuente: Elaboración propia.

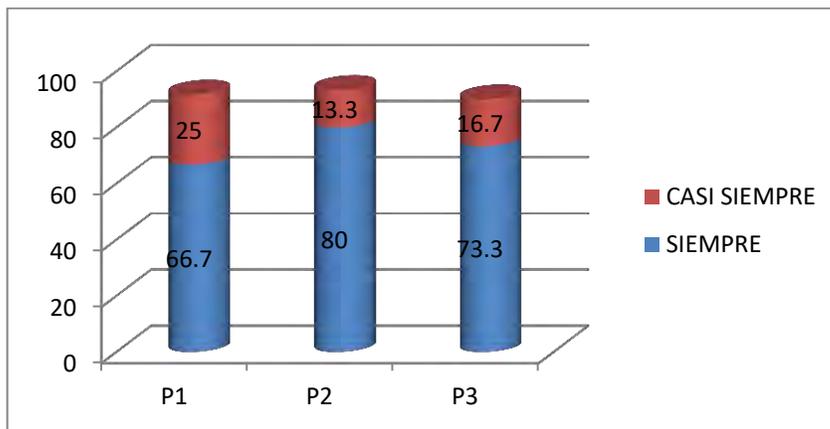
Sin embargo, la barra P1 de la figura 4 indica que solo el 58.4% de los empleados percibe que sus ideas y aportaciones para mejorar sus trabajo son tomadas en cuenta. El 90% de los empleados tiene un sentido de pertenecía hacia FOD, tal como lo muestra la barra P4 de la figura 5.

Los empleados aceptan que la dirección de FOD reconoce su trayectoria al momento de ser promovidos, considerando además, si merecen dicha promoción, lo que los hace sentirse incluidos, con responsabilidad compartida y recompensados por la institución.



- P1= Dentro de la Dirección se reconoce la trayectoria del personal de mi departamento para ser promovidos.**
- P2= Las promociones se dan a quien se las merece.**
- P3= Cuando hay una vacante, primero se busca dentro de FOD al posible candidato.**
- P4= La Dirección informa sus metas de tal forma que se genera una responsabilidad compartida e identificado como miembro de FOD.**
- P5= Existe reconocimiento de la Dirección para el personal por sus esfuerzos y aportaciones a los logros (Premios, Distinciones, Acreditaciones) de FOD.**

Figura 5. Sobre la Organización
Fuente: Elaboración propia.



- P1= Salgo del trabajo sintiéndome satisfecho de lo que he hecho. .**
- P2= Mi área de trabajo, es un buen lugar para trabajar.**
- P3= Recomendaría a un amigo que trabaje en mi organización.**

Figura 6. Sobre Satisfacción en el Trabajo

Fuente: Elaboración propia.

La figura 6, representa el grado de satisfacción del empleado y más del 90% de ellos se consideran siempre satisfechos de sus labores, les gusta su área de trabajo y recomendarían a alguien más para trabajar en FOD.

Ya revisados los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento de medición y mostrados en las diferentes figuras, se procede a comentar las conclusiones.

CONCLUSIONES

La Universidad Autónoma de Nuevo León, ha establecido en su Visión y Misión 2012-2020 quince propósitos de trabajo institucional, en los cuales menciona esquemas de promoción del desarrollo profesional y personal de los miembros de la comunidad, y de fomento a la consolidación de un buen clima laboral. Lo anterior ha dado confianza a los empleados, de contar con un trabajo, no solo bien remunerado, sino un lugar donde también las prestaciones existen.

Mantener un clima y cultura organizacional óptima, es valioso para cualquier institución; este proyecto evaluó, como ya se mencionó, la percepción que tiene el empleado administrativo de la Facultad de Organización Deportiva con respecto a las siguientes dimensiones, de las que se concluye:

Sobre mi trabajo. Dadas sus funciones, los empleados, consideran justa la remuneración económica y los beneficios (capacitación, seguro, prestaciones) que reciben, como se recordará, en los antecedentes se mencionó que a los empleados les atrae trabajar en FOD, aunque perciben un sueldo por ingresos propios al inicio (temporal), pero saben que a corto plazo podrán recibir los beneficios de ser contratados por la Universidad.

Sobres las condiciones de trabajo. La información y el equipo con el que cuenta el empleado administrativo de FOD para desempeñar su trabajo, son considerados por ellos como buenos y suficientes, facilitando sus labores.

Sobre las relaciones interpersonales. Los empleados de FOD parecen estar familiarizados, no solo con sus funciones, sino con las de su jefes y compañeros de área y demás áreas. Valoran el apoyo mutuo entre compañeros, con el objetivo de servir a los usuarios internos y externos, formando equipos de trabajo consolidados.

Sobre liderazgo. La comunicación suele ser buena y efectiva, existen indicaciones por parte del líder o jefe directo para el desempeño de sus funciones, algunos empleados consideran que sus ideas han sido de utilidad.

Sobre la organización FOD. Los directivos de FOD fomentan el sentido de pertenencia entre sus empleados administrativos. El empleado siente que son reconocidos sus esfuerzos, dándosele promoción o bien el cambio de categorías. La administración busca dentro de la

institución algún prospecto para cubrir una vacante antes de solicitar un externo al Departamento de Recursos Humanos.

Sobre satisfacción en el trabajo. En general, el empleado administrativo considera a FOD, un buen lugar para trabajar, sobre todo en el área donde él o ella se encuentra, incluso lo recomendarían, generando satisfacción laboral.

El empleado se siente a gusto en su área de trabajo, solo faltaría conocer si está dispuesto a cambiar de área y funciones, saliendo de su zona de confort. Existe un claro sentido de pertenencia de los empleados hacia la institución de la Facultad de Organización Deportiva (FOD). El plan de acción que ha empleado la administración de la FOD para conservar un buen clima organizacional ha funcionado, es importante seguir midiéndolo con este instrumento, se recomienda por lo menos dos veces al año, no deberá bajar la guardia en sus procedimientos, además de innovar algún estilo de administrar la permanencia de sus empleados administrativos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, M. (2012). Estudio diagnóstico sobre la perspectiva del talento humano del clima laboral a nivel departamental de una institución educativa universitaria. Tesis FAPSI – UANL.
- Ascary, A.A. y Peña, J.A. (2012). *El Psicólogo en la Cultura del Trabajo: rol transformador*, (1° ed.). México: Editorial Trillas.
- Calderón, G., Serna, H.M. y Zuluaga, J. (2013). Liderazgo y relaciones sociales en el trabajo como factor de riesgo psicosocial: su incidencia sobre gestión humana en las organizaciones, *Revista Deversitas: Perspectivas en Psicología*, 9 (2), 409-423.
- Chiavenato, I. (2001). Advances and Challenges in Human Resource Management in the New Millennium. *Public Personnel Management*, 30(1), 17-26.
- Dess, G., Lumpkin, G.T. & Eisner, A. (2010). *Administración estratégica*, (5ª ed.). México: Mc Graw Hill/ Interamericana Editores. ISBN 978-607-15-0601-6.
- Genesi, M., Romero, N., y Tinedo, Y. (2011) Comportamiento Organizacional del Talento Humano en las Instituciones Educativas. *Revista Negotium*, 6 (18) 102-128.
- Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, M.P. (2010). *Metodología de la Investigación*, (5ª ed.). México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores.
- Marr, R. y García, S. (1997). *La Dirección Corporativa De Los Recursos Humanos*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Maslach, C. (2009). Comprendiendo el Burnout. *Revista Ciencia & Trabajo*. 32, 37-42.
- Miles, R.E., Snow, C.C., Fjeldstad. O.D., Miles, G. & Lettl, C. (2010). Designing organizations to meet 21st century opportunities and challenges. *Organizational Dynamics*, 38(2), 93-103.
- Newstrom, J. (2011). *El comportamiento Humano en el Trabajo. Comportamiento Organizacional*, (13ª ed.). México: Mc Graw Hill, ISBN 978-607-15-0613-9.
- Secretaria del Trabajo y Previsión Social (2012) Recuperado de:
http://www.stps.gob.mx/02_sub_trabajo/03_dgra/cult_lab.html.



ESTRATEGIAS GUBERNAMENTALES PARA EL FOMENTO DE LA INVERSION

AUTOR: C.P. Sandra Mercedes Fuentes Canales.

*UANL. FACPYA.
sandy.fuencanales@gmail.com*

Mexicana

CoAutor: Dr. Sergio Armando Guerra Moya

*UANL. FACPYA
dr.saguerra@gmail.com*

Mexicana

Area: Gestión Pública.

Especialidad: Gobierno y gobernabilidad

Fecha de envío: 17/Abril/2015

Fecha de aceptación: 21/8Mayo/2015

RESUMEN

La economía mexicana hoy en día atraviesa por cambios significativos, debido al mayor número de empresas extranjeras que están invirtiendo en nuestro país. La atracción de la Inversión extranjera directa (IED) en México permanece constante y se ha convertido en uno de los principales pilares de la economía nacional. La Inversión Extranjera Directa en una entidad surge en gran parte al trabajo del gobierno de cada Estado, que a través de la Secretaría del Desarrollo Económico, logran consolidar la instalación de la industria, generando resultados como la generación de empleos y la derrama económica.

Es importante analizar el rumbo que busca la AP Mexicana, responsable de fomentar la productividad y competitividad de la economía mexicana mediante políticas de fomento industrial, comercial y de servicios, por lo cual en la presente ponencia abarcamos aspectos que consideramos importantes como los cambios legislativos en torno a la IED, los cuales son fundamentales para comprender las opciones de ingreso de la IED a las diferentes entidades de México y sus crecientes flujos de inversión.

Palabras Clave: Inversión Extranjera Directa, Atracción, Fomento, Administración Pública, Flujos de Inversión

INTRODUCCIÓN

La Administración Pública (AP) es la organización que tiene como responsabilidad la dirección y la gestión de los negocios estatales dentro del marco del derecho, las exigencias de la técnica y con una orientación política.

(Carrillo Flores, 1973), así como Uvalle Berrones (1984) señala a la AP como el centro motor de toda la actividad estatal.

La Inversión Extranjera Directa (IED) es la inversión que tiene como propósito crear un interés duradero y con fines económicos o empresariales a largo plazo por parte de un inversionista extranjero en el país receptor.

La atracción de toda la IED en México, se concretiza en múltiples estrategias gubernamentales, que presentan las diferentes entidades federativas, entre los cuales se llegan acuerdos bilaterales y multilaterales entre la región receptora de la inversión y la empresa extranjera que invierte. (Dussel, 2000)

Las Estrategias gubernamentales forman parte del conjunto de acciones del gobierno estatal que de manera planificada sistemáticamente se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión, que en esta investigación será la misma IED.

Estas estrategias se han establecido como una herramienta para impulsar y fomentar la IED, contando con instrumentos y acciones que los distintos gobiernos estatales han implementado para fomentar y atraer la inversión industrial.

La inversión surge como un importante catalizador para el desarrollo del lugar donde se localiza, ya que tiene el potencial de generar empleo, incrementar el ahorro y la captación de divisas, estimular la competencia, incentivar la transferencia de nuevas tecnologías e impulsar las exportaciones; todo ello incidiendo positivamente en el ambiente productivo y competitivo

En el 2007, el presidente de México Felipe Calderón Hinojosa (2006 – 2012) consolida en su Plan Nacional de Desarrollo, la idea de *generar clusters regionales* en diversos sectores industriales: automotriz, electrónica, autopartes, etc., como estrategia gubernamental para la promoción y competitividad de la industria Mexicana. (Presidencia de la Republica. Mexico, 2007).

En la primera sección destacaremos la acción que se desempeña por parte del gobierno mexicano para fomentar las relaciones entre diferentes países buscando las relaciones comerciales que beneficien la economía de nuestro

país. Posteriormente en la segunda parte del capítulo abarcaremos los acuerdos y normas que se han logrado para el desarrollo de la IED en la IAT, para cerrar en la tercera parte con la manera en que los clúster se han vuelto una estrategia sólida para las relaciones comerciales entre los países.

LA ADMINISTRACION PÚBLICA ENFOCADA EN LA IED.

Fomento a la Inversión.

La atracción de inversión es considerada en la actualidad como un factor indispensable para estimular el crecimiento económico y la generación de empleos. Los gobiernos nacionales y locales emprenden políticas de promoción, buscando atraer el mayor número de capitales para satisfacer sus necesidades locales de fuentes de empleo. Sin embargo, la competencia por los flujos de inversión es cada vez más intensa.

Actualmente la Administración Pública tiene como función realizar actividades continuas y concretas dentro del marco legal, teniendo como objetivo el satisfacer las necesidades colectivas de la sociedad. Su principal compromiso es promover el crecimiento económico del país y mantener la estabilidad política del mismo, presentando soluciones a los retos administrativos que se enfrenta.

Bajo estas circunstancias, la economía nacional ha visto mermar, en años recientes, sus flujos de inversión hacia el aparato productivo, particularmente el industrial, donde la pérdida del empleo formal ha alcanzado niveles preocupantes, aun así la Administración Pública federal o estatal debe proteger la estabilidad laboral e impulsar el ingreso de capital, cuidando tanto la promoción de la inversión como la capacitación de la mano de obra, requiriendo la readaptación de la fuerza laboral y de la transformación de los perfiles ocupacionales de quienes participan en la actividad productiva.

La Administración Pública debe de establecer políticas nacionales transparentes, amplias y eficaces que proporcionen un clima adecuado para inversión, logrando mayores inversiones internacionales en países en vía de desarrollo, en países de transición que ven en la IED una fuente de desarrollo económico y de modernización. (OECD, 2002)

Existen algunos inconvenientes de la inversión están la falta de coordinación eficaz de las comunidades locales y el posible efecto de la IED en el medio ambiente, así como las políticas nacionales de los países receptores. El gobierno de los países receptores observa una dependencia de las empresas internacionales que se instalan en su país debido al desarrollo económico que se presenta por las inversiones.

El país receptor que cuenta con políticas adecuadas para la inversión extranjera tiene amplios beneficios como un desbordamiento de tecnología, formación de capital humano, mejor integración en el mercado internacional, teniendo como resultado una mayor competencia y desarrollo en sus empresas. Lo que atribuye a un crecimiento económico que ayudará a combatir en parte, la pobreza en los países en vías de desarrollo y se mejoraran la condiciones sociales el país receptor.

Si bien consideramos que hay múltiples estrategias y enfoques con respecto a la atracción de la inversión extranjera directa, las entidades que han logrado una mayor captación de flujos de IED son aquellos que han favorecido las estrategias gubernamentales con políticas más activas y focalizadas en la inversión.

El gobierno Mexicano, a raíz de la crisis económica de 1982, se ve en la necesidad de crear un Plan Nacional de Desarrollo (PND) para hacer frente a problemas con los que enfrentaba el país tales como la inflación al 100 % y la deuda externa del 53 % sobre el PIB. Actualmente el PND define en su objetivo 5.1 Ampliar y Fortalecer la presencia de México en el Mundo, estableciendo líneas de acción en relación con países como Estados Unidos, Canadá, América Latina y el Caribe, así como con países europeos, de Asia y el pacífico, medio oriente y África. (República, 2013)

Igualmente se define la responsabilidad del Estado de promover el crecimiento del país mediante la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 25: *“Corresponde al estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que este sea integral y sustentable, que fortalezca la soberanía de la nación y su régimen democrático y que, mediante la competitividad, el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales, cuya seguridad protege esta constitución. La competitividad se entenderá*

como el conjunto de condiciones necesarias para generar un mayor crecimiento económico, promoviendo la inversión y la generación de empleo”.

Por lo que es necesario que el gobierno de la República impulse una economía más competitiva a nivel mundial a través del fomento de los diferentes sectores económicos, favoreciendo condiciones para competir exitosamente con países externos, dando una apertura comercial para

En el PND el gobierno de México determina acciones específicas que buscan lograr un crecimiento en todos los sectores económicos del país, estableciendo políticas sectoriales y regionales. Igualmente se necesita conocer e identificar las causas que impiden a las entidades federativas del país para que aprovechen potencialmente todos sus recursos, proponiendo una política de fomento económico con el que se obtendrá crear un mayor número de empleos, generando competencia y dinamismo en México. (República, 2013)

Acuerdos y Normas que fomentan el desarrollo de la IED de las IAT.

Latinoamérica.

La integración comercial de toda América Latina se muestra como una prioridad para México, ya que no solo se profundiza en la negociación de nuevos acuerdos, sino que también la concentración de los ya establecidos, logrando una mayor venta de productos hacia el exterior y un incremento de inversión en nuestro país, acompañado de confianza, respeto y cooperación entre los países Latinoamericanos.

La creación de normas globales de inversión para Latinoamérica, permite un clima más transparente para los inversionistas en nuestro país. Las ventajas o desventajas de los acuerdos se clasifican de acuerdo a su naturaleza: multilateral, bilateral y regional.

Las normas multilaterales abarcan acuerdos como los que se concretaron en la Ronda Uruguay (1994) tales como: el MIC, el SMC, el AGCS, el ADPIC y el ESD. Estos tratados ha tenido poco éxito, ya que a pesar de elaborar un amplio concepto sobre las inversiones han sido poco claros, no generan suficiente transparencia, dan protección escasa y solo indirecta al inversionista. (Sauvé, 2008).

Las ventajas de las políticas libres de impuestos en México, las empresas automotrices deben comprar al menos 62.5% de las piezas de sus automóviles en América del Norte.

Sauvé señala que “una característica destacada de los tratados bilaterales sobre inversión es la multiplicidad de disposiciones que contienen que están diseñadas específicamente para proteger las inversiones extranjeras, y la ausencia de disposiciones diseñadas específicamente para asegurar el crecimiento económico el desarrollo” (Zampetti y Fredriksson, 2003).

Las políticas internacionales están en constante cambio y presentan una etapa de transición, a fines del 2012 se contaban con 3,196 tratados establecidos en el régimen de acuerdos internacionales de inversión y los principales motivos que las empresas transnacionales buscaban en invertir en países extranjeros fue la obtención de recursos naturales y la obtención de la mano de obra a un menor costo, así como acceso a mercados mayores o en crecimiento.

Sin embargo, la fragilidad económica y la incertidumbre sobre las políticas son las principales causas que mantienen en una incertidumbre por parte de los inversionistas, la caída de la IED en el 2012 se reflejó por 1.35 billones de dólares y se contrasto con el alza de indicadores económicos tales como: el crecimiento del PIB en 2.3%, el comercio internacional y el empleo en un 5.7%.

A finales de 1950 y durante 1960, las leyes Mexicanas crearon “la ley de mexicanización”, que consistía en aplicar ciertos requisitos a un grupo selectivo de industrias estratégicas, tales como productos petroquímicos, secundarios y partes de automóvil, donde la participación extranjera fue limitada al 40%.

Bajo el gobierno de Echeverría, en 1973, la ley para promover la inversión mexicana y reglamentar la inversión extranjera exigió un mínimo de 51% de propiedad mexicana y el control directivo mexicano. En México la mitad de todas las filiales de las corporaciones trasnacionales son propiedad de total de la matriz extranjera.

México

Durante el gobierno del Presidente Gustavo Díaz Ordaz (1964 – 1970) se presentaron decretos y Regulaciones automotrices, las cuales establecían que las empresas establecidas en México debían ensamblar todos los automóviles en el país, regulando así mismo las autopartes importadas. Buscando desarrollar una cadena de industria automotriz nacional, donde las empresas que no acataron este decreto abandonaron México, entre las cuales estuvieron: Mercedes Benz, Fiat, Citroën y Volvo, quedando instaladas solamente en el centro del país: General Motors, Ford, Chrysler, Chevrolet, Renault, Volkswagen y Datsun.

Los decretos y Regulaciones que ha tenido México son los siguientes: Decreto Automotriz de 1962 (estableciendo contenido local del 60% y existía un límite máximo de producción), en 1965 México estableció el Decreto Automotriz donde la producción automotriz solo abarcaba el mercado interno.

Posteriormente se presentó la regulación de 1969 y para 1972 se lanzó un segundo Decreto Automotriz, donde se fomentaba la exportación, modificación a los límites de producción fijados en 1962. Lamentablemente no tuvo el éxito esperado ya que con la crisis petrolera de los años 70's la demanda estadounidense de vehículos (principal destino de exportación) bajó.

El Decreto Automotriz de 1977 establecía las exportaciones como requisito para producir en México, pero este se mostró de manera inversa ya que con el auge petrolero en México, el mercado interno aumento con el incremento del poder adquisitivo, dejando fuera a las exportaciones. (Miranda, 2007)

Durante los años 70', la económica mexicana se vio marcada con una prosperidad para la industria automotriz, creciendo el valor de producción a una tasa anual promedio de 10.3 % entre 1975 – 1981, pero fue hasta 1982 donde este sector se vio afectado por la crisis económica del país, causando el cierre de varias plantas automotrices.

México busco la manera de promover las exportaciones de nuestro país, lo cual generó que el gobierno considerara nuevas medidas mejorando las condiciones que enfrentaba el sector automotriz, pues existía el problema latente de la disminución de la demanda interna, resultando la crisis económica. (Fernandez, 2006).

De manera, que en 1983 se formuló un decreto que limitó la producción en el número de marcas y modelos por productor, aumentó el número de partes y componentes de origen nacional y buscó fomentar las exportaciones en el país, logrando nuevas inversiones de plantas automotrices como GM y Ford más cercanas de EU, en el norte del país.

Para 1989, buscando consolidar competir a nivel internacional, se promulgó el último Decreto Automotriz de 1989, el Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Automotriz, el cual entró en vigor en noviembre de 1990, donde se establecía un contenido local de 36%, promoviendo así la apertura comercial. (Fernandez, 2006)

México quien cuenta con sus principales socios comerciales en América del Norte, tales como Estados Unidos y Canadá, para mediados de los años ochenta abre sus fronteras para la importación de autopartes, lo cual lleva a una mejor relación comercial entre empresas mexicanas y estadounidenses.

Existen también los Tratados Bilaterales (TBI), se consideran los más comunes, ya que dan protección al inversionista, los establecen países en desarrollo y los países en transición, que quieren atraer inversión extranjera.

Los AIR, son los acuerdos de Integración Regional, que si bien no son tan amplios como los TBI, son acuerdos que contribuyen a crear un clima de inversión favorable dentro de alguna región. (Sauvé, 2008)

Tal es el caso del AIR de TLCAN (1994) , que suele incluir normas sobre inversión, destinadas al doble objetivo de protección y liberalización de las inversiones, la reducción de las tasas arancelarias y hasta la liberación total del sector en el año 2004. (Miranda, 2007)

La evolución en los AIR está vinculando economías de diferentes regiones del mundo y cláusulas de protección son muy similares a los TBI, pero plurilaterales, integrando una participación de un mayor número de países en la negociación.

Los AIR abarcan la prohibición de prácticas comerciales anticompetitivas, protegen los derechos de propiedad intelectual, liberalizan los procedimientos de admisión y abren el comercio y la inversión en los servicios. Estos

acuerdos no significan que los TBI sean acuerdos más débiles, sino que de cierto modo, los AIR pueden poner a prueba diversas corrientes de inversión internacional. (Sauvé, 2008).

Las normas actuales están lejos de ser perfectas, por lo complejo de la superposición de normas y reglamentos, estos deben de ser sustituidos por un acuerdo multilateral.

Todos los acuerdos de cualquier naturaleza, deben permitir un grado de autonomía y flexibilidad en materia política, cuestiones de admisión y tratamiento de la inversión de los países en especial los que están en vías de desarrollo.

Toda norma de inversión deben contemplar cuatro componentes: la protección, la liberalización, las distorsiones y la buena gobernanza.

En la protección de las inversiones se contempla la solución de diferencias entre Estado e Inversor, marco que no se concibe en la OMC y por lo cual la empresa inversionista deberá pedir solución, sobre todo en temas de asuntos ambientales, laborales y derechos humanos.

Se ha realizado una comparación del país de México con Corea, donde con once años más de experiencia en la IAT, México no ha podido alcanzar los niveles de experiencia. Un estudio realizado por Taeko Taniura nos muestra dos variables que afectaron al desarrollo automotriz en México: los Decretos automotrices establecidos y la Organización Industrial, que no se desarrolló correctamente, por permitir la instalación de fabricantes de autopartes por doquier, los cuales por su diversidad de productos mantuvieron una baja especialización y empresas instaladas en México buscaban proveedores en sus países de origen. (Miranda, 2007).

La industria automotriz mexicana se ha establecido como una de las principales exportadoras, debido a las ventajas competitivas de la posición geográfica, Mano de obra Calificada y Cadena de proveeduría existente, pues simplemente los acuerdos comerciales con Japón, la Unión Europea y Brasil hacen que el costo de un automóvil exportado desde México cueste 55% más económico que si lo fuera desde EUA.

Clúster Industrial. Una visión hacia el futuro.

La Administración Pública cuenta con un interés de impulsar acciones que puedan generar una ventaja competitiva de las empresas establecidas, que a su vez reflejara un incremento en la competitividad de la región donde se ubican.

Para ello el aumento de la presencia de los clúster ha formado parte importante del desarrollo de cualquier tipo de actividad económica en el país. Los clúster se han utilizado como una herramienta básica para el fomento de la inversión extranjera, que junto con los gobiernos locales buscan la colaboración para generar competencia y un vínculo comercial entre las empresas de una localidad.

Michael Porter (1990) define a los Clúster como “Una agrupación de empresas e instituciones relacionadas entre sí, pertenecientes a un mismo sector o segmento de mercado, que se encuentran próximas geográficamente y que colaboran para ser más competitivos”, lo cual está basada en la cooperación eficaz entre sus miembros. (Porter M. E., 1990)

La agrupación empresarial fue estudiada desde inicios de 1920, cuando Marshall determino *Distrito Industrial* a los agrupamientos empresariales con características similares, que buscan mejorar su productividad. (Marshall, 1923).

Otros autores como Joseph Ramos (1998) de la CEPAL establece el concepto de los clúster como “una concentración sectorial y/o geográfica de empresas en las mismas actividades o en las actividades estrechamente relacionadas, con importantes y acumulativas economías externas, de aglomeración y especialización -de productores, proveedores y mano de obra especializada, de servicios anexos específicos al sector- con la posibilidad de acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva”.

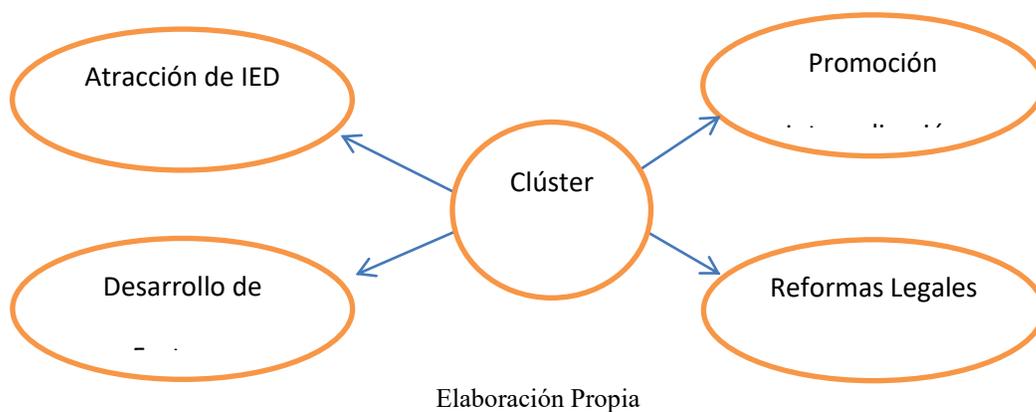
Existen estudios que conforman distintos conceptos de agrupación empresarial como Distrito Industrial, Redes de empresas, Microcluster, Clúster o sistemas productivos locales, los cuales comparten dimensiones básicas las cuales son:

- Dimensión territorial: Las empresas que forman la agrupación están localizadas en un sector geográfico concreto o próximo.
- Dimensión sectorial: La agrupación empresarial está vinculada a un sector industrial específico.
- Dimensión cooperativa: Existen relaciones de cooperación y complementariedad entre las empresas integrantes.

Reuniendo las dimensiones antes mencionadas, clúster es una concentración geográfica de empresas e instituciones, que pertenecen a un sector económico industrial y que están unidas complementándose entre sí. Estas dimensiones influyen para que los clusters puedan identificar las ventajas competitivas de la región y a través de diseñar políticas de la competencia logren concretar relaciones comerciales con empresas extranjeras, aumentando la capacidad de industria local. (Porter M. , 1999).

La presencia de los clúster ofrece diversas ventajas, como se puede apreciar a continuación en la figura 1, los clúster son un instrumento que nos ayuda a la atracción de la IED, promoción de internalización, reformas legales, desarrollo de factores especializados, etc., estableciendo un vínculo capaz, activo y eficiente que impulsan el desarrollo económico a través de sectores empresariales, gobierno y comunidad educativa.

Figura 1 Ventajas del Clúster Industrial



Una política industrial regional activa enfocada a la operación natural de redes, podría permitir que las micro y pequeñas empresas aumenten su potencial para generar desarrollo, bienestar y empleo, permitiendo capacidad de adaptación e innovación.

El éxito del clúster depende de dos grupos de factores: internos y externos. El primer grupo se relaciona con la creación y composición del clúster, que pueden estar reflejadas en diferencias culturales entre empresas que dificultan el establecimiento de políticas y actividades de colaboración, sin presentarse situaciones de dominio de las grandes empresas hacia las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES). Así como la participación de la AP, la cual ejerce un papel primordial en la creación del clúster, pues define, identifica los componentes, y financia las etapas iniciales.

El segundo grupo que lo forman lo externos, son considerados factores de la zona industrial donde se establece el clúster como el grado de asociacionismo y la intermediación institucional. (Mitxeo, 2004)

El marco económico, político y social en que se desarrollan es pieza fundamental para su desempeño, llevando a una mayor confianza de las empresas en las iniciativas de los gobiernos.

En México durante el 2007, el presidente de México Felipe Calderón Hinojosa da la iniciativa de crear y desarrollar clusters regionales en diferentes sectores industriales, como estrategia gubernamental para la promoción y competitividad de la industria Mexicana, lo cual se establece en el Plan Nacional de Desarrollo de su gobierno.

Gran variedad de Clusters industriales se han desarrollado en el país como: tecnologías de información, servicios de negocio, automotriz, aeroespacial, telecomunicaciones, turismo, Electrónica, Médico y sustancias químicas, productos agrícolas, textil, madera y Minero entre otros, pero sobre todos ellos, la rama de productos metálicos, maquinaria y equipo.

METODO. APROXIMACIÓN CUANTITATIVA.

La aproximación de manera cuantitativa de nuestra investigación, corresponde al análisis estadístico de fuentes secundarias, considerando el tamaño de la muestra de acuerdo a la disponibilidad de información, así como el software a utilizar, que en nuestro caso será el SPSS 19.

La parte cuantitativa que realizaremos realizando un modelo de Regresión Lineal Múltiple partiendo de datos comprendidos del 2007 (año donde el presidente Felipe Calderón promueve la creación de Cluster Industriales) al 2013.

La muestra poblacional utilizada para la presente investigación comprende la información recabada de los estados de Distrito Federal, Sonora, Guanajuato, Chihuahua, Nuevo León, Jalisco, México, Quintana Roo, Querétaro y Michoacán, por ser los estados que cuentan con mayor PIB durante el 2014.

Se procederá a medir dichas estadísticas por el sistema SPSS 19, verificando el impacto o la fuerza de la relación entre las variables con un nivel de significancia ≤ 0.05 y un error máximo de estimación de 10%, que nos ayudaran a verificar si la información y datos que de la literatura hemos recabado, efectivamente verifican o rechazan nuestra hipótesis de investigación.

1.1 Variables consideradas y su medición.

Nuestra investigación se fundamenta en analizar si la presencia de cluster industriales son los determinantes para la atracción de flujos de la inversión extranjera directa y el aumento del PIB. Para llegar a esto elaboraremos un estudio independiente de nuestra muestra, es decir de cada entidad que vamos analizar, para poder observar el comportamiento de las variables en relación con la IED durante el periodo a estudiar.

IED:

Hablando de nuestro principal enfoque de la investigación, la inversión extranjera directa, realizaremos un análisis factorial de IED y del PIB.

De las bases de datos del INEGI, obtendremos los datos de la inversión y el PIB que se obtuvo en cada entidad federativa, todo esto para el análisis de la inversión de cada entidad y poder apreciar el desarrollo de la IED en cada uno de las entidades federativas año tras año.

Existencia del Clúster Industrial.

La existencia del clúster industrial ha propiciado el incremento en la atracción de los flujos de inversión por ser un medio de comunicación entre la industria, educación y el gobierno del Estado con el fin de concretar y facilitar las negociaciones en la industria.

Se analizara la presencia de Clúster industriales en las diez entidades federativas con mayor PIB durante el 2013, para apreciar si efectivamente el desarrollo de los clusters industriales fomentan la IED estatal.

CONCLUSIONES

El concretar la IED en un país, está sustentado por las políticas nacionales de inversión que se orientan a las nuevas estrategias de desarrollo de los gobiernos, las cuales ofrecen para atraer y facilitar la IED como un elemento primordial para fomentar la capacidad productiva de su país; a lo que se están refuerza cada vez más el marco normativo de la inversión extranjera.

El Gobierno federal mexicano, a través de su secretaria de Economía, busca lograr un mejor ambiente de negocios, fortalecer el mercado interno y la atracción de inversión nacional y extranjera, que mejorar las condiciones de vida de los mexicanos.

La importante labor que el gobierno Federal ha desempeñado para el apoyo de los Clusters en nuestro país, se refleja en la promoción de alianzas entre las empresas del mismo sector a través de la Secretaria de Economía. Esta tendencia de agrupar estratégicamente a empresas se ha extendido por todo el país, logrando demostrar sus ventajas y valor de la unión de esfuerzos con una competencia nacional y extranjera.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFIA

Carrillo Flores, A. (1973). *La justicia federal y la administración pública*. Mexico: Porrúa.

Dussel, E. (Oct de 2000). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de www.eclac.org

Fernandez, A. (2006). La Industria Automotriz en México y el TLCAN. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*.

Marshall, A. (1923). *Industry and Trade*. London: MacMillan.

Miranda, A. V. (2007). La industria automotriz en México. *Contaduría y Administración*, 209-246.

Mitxco, J. (2004). Los clusters como fuente de competitividad: el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco. *Cuadernos de Gestión*. Vol 4, 55-67.

OECD. (2002). *Foreign Direct Investment for Development*. Paris.

Porter, M. (1999). *Ser competitivo*. Bilbao: Deusto.

Porter, M. E. (1990). The competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 73-91.

Presidencia de la República. México. (31 de Mayo de 2007). Obtenido de <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/index.php?page=promocion-de-la-productividad-y-competitividad>

República, G. d. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013 - 2018*.

Sauvé, P. (2008). Normas sobre el comercio y las inversiones: perspectivas de América Latina. *Revista de la Cepal*, 29-42.



TRANSFERENCIAS FEDERALES Y DESARROLLO EN MÉXICO: UNA APROXIMACIÓN AL ESTUDIO DE LOS RESULTADOS SOCIOECONÓMICOS DE LOS FONDOS DE APORTACIONES PARA EDUCACIÓN Y SALUD DE 1998 A 2010

Dra. Adriana Verónica Hinojosa Cruz
Universidad Autónoma de Nuevo León
Av. Universidad S/N Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza, N. L., México
avhinojosacruz@gmail.com
Nacionalidad: Mexicana

Mtro. Rodolfo Valenzuela Reynaga
Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Febrero 818, Col. Centro, C.P. 85000. Ciudad Obregón, Sonora, México
rodolfo.valenzuela@itson.edu.mx
Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 19/Abril/2015

Fecha de aceptación: 11/Mayo/2015

RESUMEN

El federalismo implica la implementación de algún mecanismo de coordinación hacendaria entre el gobierno federal y los gobiernos subnacionales. Las transferencias federales, en el caso mexicano, se conforman, en su mayoría, por las que pueden ser ejercidas deliberadamente (participaciones federales) y las que tienen un destino de gasto establecido (aportaciones federales). Este estudio evalúa el flujo de aportaciones federales que han recibido los estados y el Distrito Federal en los rubros de educación y salud; asimismo, se examinan algunos indicadores socioeconómicos; solo se considera el caso de los estados que han captado una cantidad de transferencias por arriba del promedio que es recibido por todas las entidades. Se encuentra que hay inconsistencias en algunas entidades como Chiapas, Oaxaca, Guerrero y Michoacán, las cuales reportan los indicadores menos satisfactorios vinculados a educación y salud, y a su vez, forman parte del grupo de estados que reciben mayores transferencias para tales sectores.

PALABRAS CLAVE:

Aportaciones federales, coordinación fiscal, descentralización hacendaria

INTRODUCCIÓN

La participación del sector público en la economía ha sido motivo de amplias discusiones a lo largo del desarrollo y consolidación de la ciencia económica. Por un lado, hay quienes afirman que las fuerzas del mercado son suficientes para resolver los problemas que cotidianamente se presentan entre los diversos agentes económicos; por otra parte, existen planteamientos que apoyan la intervención del Estado como un componente esencial de la estructura económica con amplios niveles de injerencia en todos los ámbitos de la economía.

Al margen de los diversos posicionamientos que prevalecen en torno a la relación del sector público y la economía, se sabe que las necesidades colectivas que tienen los ciudadanos de cualquier territorio no pueden ser satisfechas en su totalidad por agentes económicos privados; por consiguiente, el Estado asume la responsabilidad de proveer ciertos bienes y servicios como parte de sus funciones primordiales.

En América Latina, los procesos democratizadores que se llevaron a cabo en las décadas de los setenta y ochenta estuvieron acompañados de acciones que impulsaron la descentralización fiscal; Brasil y Argentina son ejemplos de naciones con regímenes federales que han realizado importantes acciones para fomentar la cesión de responsabilidades recaudatorias y de ejercicio presupuestal a sus gobiernos subnacionales.

No obstante su condición de estados unitarios, Bolivia y Colombia también se han destacado en la región por una mayor participación de sus departamentos en la administración de los ingresos y egresos del sector público. De hecho, según Flores (2012), Argentina, Brasil y Colombia tienen niveles de entre 40% y 50% en relación a la participación subnacional en el gasto público total.

En el caso mexicano, desde el período posterior a la conclusión de la Revolución Mexicana, han existido importantes esfuerzos en materia de consolidar un sistema de recaudación fiscal eficiente que potencie las posibilidades del Estado respecto del adecuado desarrollo de sus funciones básicas. Sin embargo, Hernández (2010) afirma que no es exagerado decir que históricamente ha habido un desperdicio importante en el uso de la política fiscal como instrumento para, por un lado, promover el crecimiento, y por el otro, reducir la pobreza y desigualdad en el ingreso.

Este trabajo examina los resultados que, en materia de desarrollo socioeconómico, se han obtenido a nivel estatal, tomando en consideración las transferencias federales condicionadas que se han distribuido desde el año 1998 para la consecución de ciertos propósitos nacionales, particularmente, en el ámbito de la educación y de la salud.

Es decir, como una aproximación a la argumentación empírica en torno al análisis de los efectos de la coordinación fiscal en México, se estudia el flujo de transferencias que han sido distribuidas, a los gobiernos subnacionales, por el Gobierno Federal en el período 1998 – 2010, a través del Fondo Aportaciones para la Educación Básica y Normal (FAEB), el Fondo de Aportaciones para la Educación Tecnológica y de Adultos (FAETA), en su componente de recursos destinados al Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA), los recursos destinados para la prestación de los servicios de educación básica, especial y normal en el Distrito Federal a través del Ramo 25 y el Fondo de Aportaciones para los Servicios de Salud (FASSA).

Asumiendo que un incremento en la disponibilidad de ingresos por parte de los gobiernos subnacionales, vía aportaciones federales, conduciría a mejores condiciones relacionadas con los destinos o propósitos del gasto de tales recursos, se incorporan a este análisis, los datos de indicadores socioeconómicos vinculados con el entorno educativo y de salud en el que se sitúan las entidades federativas y el Distrito Federal en dos períodos de tiempo específicos (años 2005 y 2010), lo cual permitirá identificar la existencia, o no, de una evolución positiva en el contexto de la educación y de la salud a nivel interregional en México.

MARCO TEÓRICO

En un estudio publicado por González (2014) se menciona que existen posicionamientos contradictorios en torno a los efectos que tiene el traslado de potestades y atribuciones fiscales a los gobiernos subnacionales. En el mismo documento, se afirma que autores como Oates (1993), Alesina y Spolaore (2003) y Treisman (2007) sostienen que la descentralización fiscal mejora la provisión de servicios públicos y funciones de gobierno al fortalecer el acceso a la información sobre votantes con preferencias diferentes.

Asimismo, se explica que en investigaciones realizadas por Tiebout (1956), Brennan y Buchanan (1980) y Weingast (1995) se atribuye los efectos positivos de la descentralización fiscal a la mayor competencia entre las unidades subnacionales; por su parte, el autor menciona que en el estudio elaborado por Cheibub y Przeworski (1999) se vinculan las consecuencias benéficas del proceso

descentralizador con la mayor transparencia o responsabilidad de los funcionarios de los gobiernos subnacionales.

Por otro lado, en ese mismo documento se hace referencia a Falleti (2010) y a Prud'Homme (1995) en relación a los planteamientos sobre el resultado de la descentralización fiscal respecto de la posibilidad de que los territorios subnacionales sean físicamente más dependientes y vulnerables a los gobiernos centrales.

Ibarra (2011) afirma que una de las características distintivas del sistema fiscal federal mexicano es el alto grado de dependencia financiera (entendida como el porcentaje que representa la cuantía de participaciones federales en los ingresos de operación) de los gobiernos subnacionales.

En sintonía con lo descrito anteriormente, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2012) señala que en 1990 las transferencias federales representaban el 61% de los ingresos totales de las entidades federativas y, para el año 2011, los recursos provenientes de la federación constituían el 83% de los fondos captados por los estados. Lo anterior permite suponer que las entidades federativas no tendrían suficientes incentivos para establecer mecanismos que les permitan aumentar la obtención de ingresos propios, en virtud del soporte financiero que representan las participaciones y aportaciones federales en los presupuestos de gasto estatales.

En los inicios del desarrollo del régimen tributario mexicano se otorgaron amplias atribuciones al gobierno federal con relación al cobro exclusivo de ciertos tributos y les fueron asignadas restricciones recaudatorias a las entidades; posteriormente, el andamiaje jurídico fue modificado para que el Congreso

de la Unión estableciera impuestos específicos, permitiendo a las haciendas públicas estatales participar de los ingresos correspondientes.

Lo anterior derivó en la necesidad de diseñar un mecanismo legal y administrativo para promover la coordinación entre los tres órdenes de gobierno, con el propósito de evitar la múltiple tributación y dotar de eficiencia al sistema Hacendario; es así como se crea la Ley de Coordinación Fiscal (LCF) en 1953, la cual fue reformada y promulgada en 1978, con entrada en vigor a partir de 1980.

Esta Ley representa un instrumento jurídico para regular las relaciones intergubernamentales que, en materia fiscal, sostienen los diferentes órdenes de gobierno en México y su objetivo principal es dar origen al Sistema Nacional de Coordinación Fiscal (SNCF). Desde una perspectiva simple, el SNCF prevé la entrega de recursos por parte del gobierno federal, derivados del cobro de impuestos federales, a las entidades, a cambio de que éstas suspendan la recaudación de impuestos relacionados con las fuentes ya gravadas por la federación. Asimismo, los estados deben implantar leyes o acuerdos locales con los municipios con el propósito de distribuir una porción de los ingresos transferidos por el orden federal.

Los recursos que la federación ha de transferir a estados y municipios pueden, o no, tener condicionado el destino final de su aplicación. Las participaciones federales, cuyo tratamiento jurídico y administrativo está contenido en el Capítulo I de la LCF, forman parte de los ingresos estatales y municipales cuyo ejercicio está sujeto a decisiones discrecionales de gasto de los gobiernos subnacionales.

Por otro lado, a partir de 1998 se incluye el capítulo V de la LCF, en el cual se establece una nueva fuente de ingresos para las entidades y los municipios, las aportaciones federales. Este mecanismo dotaría de recursos públicos a los estados con una característica fundamental, el destino del gasto no es discrecional, es decir, se encuentra condicionado al cumplimiento de ciertos objetivos, por lo que la ejecución de tales ingresos está sujeta a propósitos de gasto determinados por el gobierno federal.

La propia Ley, define a las aportaciones federales como los recursos que la Federación transfiere a las haciendas públicas de los estados, Distrito Federal, y en su caso, de los municipios, a través del Ramo 33, condicionando su gasto a la consecución y cumplimiento de los objetivos que para cada tipo de aportación establece la LCF¹, para los fondos siguientes: (i) Fondo de aportaciones para la nómina educativa y gasto operativo; (ii) Fondo de aportaciones para los servicios de salud; (iii) Fondo de aportaciones para la infraestructura social; (iv) Fondo de aportaciones para el fortalecimiento de los municipios y de las demarcaciones territoriales del Distrito Federal; (v) Fondo de aportaciones múltiples; (vi) Fondo de aportaciones para la educación tecnológica y de adultos, (vii) Fondo de aportaciones para la seguridad pública de los estados y del Distrito Federal y (viii) el Fondo de aportaciones para el fortalecimiento de las entidades federativas. Dichos fondos se integrarán, distribuirán, administrarán, ejercerán y supervisarán, de acuerdo con lo dispuesto en la LCF. El Fondo de aportaciones para la nómina educativa y gasto operativo será administrado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (LCF, 2015)

En el caso del Distrito Federal, específicamente en lo referente a las transferencias para educación, los recursos que se distribuyen derivan del Ramo 25 ya que no se integró al proceso de descentralización en este rubro.

¹ Vigente en 2015

MÉTODO

Para el desarrollo de esta investigación se consideró información pública y oficial sobre los montos transferidos a las treinta y un entidades federativas y al Distrito Federal por concepto del FAEB, FAETA-INEA, Ramo 25 para el Distrito Federal y FASSA desde 1998 a 2010 (con excepción del FAETA – INEA, cuyos datos se obtuvieron a partir del año 2001).

Por otra parte, se seleccionó información de carácter socioeconómica en torno a los siguientes indicadores: a) Nivel de escolaridad.- medido por los años, promedio, de estudio de la población estatal; b) Aprovechamiento.- medido por la acreditación satisfactoria de los estudios de nivel primaria de la población estatal; c) Porcentaje de población analfabeta.- medido por la proporción de la población de la entidad que no saben leer ni escribir; d) Médicos.- medido por la cantidad de médicos por cada cien mil habitantes con que cuenta la entidad; e) Camas.- medido por la cantidad de camas de hospital por cada cien mil habitantes con que cuenta la entidad; f) Partos atendidos en hospitales.- medido por la proporción de partos que son atendidos en hospitales del total de partos registrados en la entidad.

El análisis se subdivide en dos períodos de tiempo y que están vinculados con la disponibilidad de datos socioeconómicos reportados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

El estudio se centra en las entidades que han recibido, durante el período de estudio y por cada uno de los Fondos, un monto mayor al promedio nacional distribuido entre el total de entidades federativas y el Distrito Federal.

RESULTADOS

Enseguida se presentan los principales hallazgos localizados en la investigación. El análisis se realiza con base a cada uno de los Fondos estudiados. Con relación al FAEB y Ramo 25 para el Distrito Federal, en primer término, se detectan los casos en que, durante el período de estudio, se recibió un monto promedio anual superior a la media nacional; fueron un total de 11 estados a los cuales se les hicieron transferencias que superaron el promedio nacional distribuido entre los treinta y un estados y el Distrito Federal. Es decir, el 34% de las haciendas públicas estatales en México pertenece al grupo de entidades que han recibido más recursos económicos por concepto de aportaciones federales en el rubro educativo.

Tabla 1. Estados que han recibido recursos del FAEB por arriba del promedio nacional

Entidad	FAEB ¹ (1998 - 2005)	Escolaridad (2005)	Aprovechamiento (2007)	Entidad	FAEB ¹ (2006-2010)	Escolaridad (2010)	Aprovechamiento (2011)
Chiapas	7,144.1	6.1	93.8	Chiapas	11,562.9	6.67	94.8
Distrito Federal	14,709.9	10.2	98.7	Distrito Federal	24,069.8	10.54	99.2
Guanajuato	5,224.4	7.2	95.0	Guanajuato	9,092.1	7.73	99.3
Guerrero	6,650.5	6.8	92.7	Guerrero	11,086.8	7.27	94.7
Jalisco	6,850.1	8.2	96.4	Jalisco	11,732.5	8.78	96.9
México	12,240.7	8.7	97.4	México	21,876.7	9.1	97.9
Michoacán	6,457.6	6.9	94.0	Michoacán	10,490.4	7.42	95.0
Oaxaca	7,032.1	6.4	91.9	Oaxaca	11,993.2	6.94	93.6
Puebla	5,858.4	7.4	95.5	Puebla	10,290.7	7.95	97.0
Tamaulipas	4,812.6	8.2	97.3	Tamaulipas	8,040.9	9.12	97.8
Veracruz	10,390.2	7.2	93.1	Veracruz	16,762.5	7.67	93.4

Fuente: Elaboración propia con datos de la SHCP y de INEGI

Notas:

- 1.- Promedio de millones de pesos recibidos en el período que se indica.
- 2.- Se incluye el Ramo 25 para el Distrito Federal.

Adicionalmente, se incorporan dos indicadores que permiten ubicar a tales entidades con respecto a su desempeño en materia de educación; se observa que, tanto para el período 1998 – 2005 como para el comprendido por los años 2006 – 2010, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Michoacán y Veracruz reportaron

los resultados menos satisfactorios en cuanto al nivel de escolaridad y al índice de aprovechamiento escolar en primarias durante todo el horizonte del análisis; no obstante lo anterior, los estados mencionados ocuparon el cuarto, quinto, séptimo, octavo y tercer lugar, respectivamente, en el ranking nacional de recursos económicos transferidos a través del FAEB.

Asimismo, respecto a la alfabetización, el FAETA – INEA se ha comportado de acuerdo con lo siguiente.

Tabla 2. Estados que han recibido recursos del FAETA - INEA por arriba del promedio nacional

Entidad	FAETA – INEA ¹ (2001 – 2005)	% de población analfabeta (2005)	Entidad	FAETA – INEA ¹ (2006 – 2010)	% de población analfabeta (2010)
Coahuila	67.7	3.3	Coahuila	82.7	2.6
Chiapas	93.7	21.4	Chiapas	121.2	17.8
Guerrero	52.7	19.9	Guerrero	67.0	16.7
Jalisco	58.3	5.6	Jalisco	75.8	4.4
México	80.3	5.3	México	104.0	4.4
Michoacán	46.7	12.6	Michoacán	61.0	10.2
Oaxaca	75.7	19.3	Oaxaca	96.2	16.3
Puebla	62.4	12.7	Puebla	82.8	10.4
Sinaloa	44.1	6.4	Sinaloa	54.8	5.0
Tabasco	41.6	8.6	Veracruz	122.3	11.4
Veracruz	95.8	13.4			

Fuente: Elaboración propia con datos de la SHCP y de INEGI

Notas:

1.- Promedio de millones de pesos recibidos en el período que se indica.

Es posible precisar que en este Fondo persisten inconsistencias entre los montos asignados a las entidades y los resultados obtenidos. Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Michoacán y Veracruz no han logrado abatir de forma significativa el analfabetismo; sin embargo, sus haciendas locales encabezan el ranking nacional de la lista de entidades que reciben recursos económicos cuyo propósito es disminuir el porcentaje de población analfabeta. Con relación al FASSA, las siguientes dos tablas reflejan los resultados observados en la investigación.

Tabla 3. Estados que han recibido recursos del FASSA por arriba del promedio nacional

Entidad	FASSA ¹ (1998-2005)	Médicos / 100 mil hab (2005)	Camas censables / 100 mil hab (2005)	% de partos atendidos en hospitales (2005)
Chiapas	1,304.7	72.2	45.9	27.5
Distrito Federal	1,562.2	224.8	173.4	96.4
Guanajuato	977.4	78.6	51.2	84.1
Guerrero	1,361.1	94.7	47.4	52.6
Jalisco	1,662.9	96.8	87.5	79.4
México	3,065.0	65.0	46.5	93.5
Michoacán	946.9	78.7	52.8	83.4
Oaxaca	1,048.1	68.8	50.9	54.6
Puebla	954.1	76.7	65.9	72.6
Tamaulipas	952.4	119.8	86.3	94.5
Veracruz	1,422.1	97.3	66.3	64.2

Fuente: Elaboración propia con datos de la SHCP y de INEGI

Tabla 4. Estados que han recibido recursos del FASSA por arriba del promedio nacional

Entidad	FASSA ¹ (2006-2010)	Médicos / 100 mil hab (2008)	Camas censables / 100 mil hab (2008)	% de partos atendidos en hospitales (2008)
Chiapas	2,226.3	93.7	42.2	33.2
Distrito Federal	2,533.4	312.2	170.2	94.8
Guanajuato	1,655.5	118.8	60.0	85.5
Guerrero	2,421.7	132.8	51.6	60.7
Hidalgo	1,536.9	145.5	55.5	78.4
Jalisco	2,732.6	150.0	86.9	88.5
México	5,237.9	93.0	45.6	91.1
Michoacán	1,672.4	134.7	56.0	85.6
Oaxaca	2,017.2	125.7	51.0	59.7
Puebla	1,820.8	125.7	61.1	80.0
Tamaulipas	1,621.8	156.8	87.4	96.5
Veracruz	2,781.0	146.7	65.7	75.3

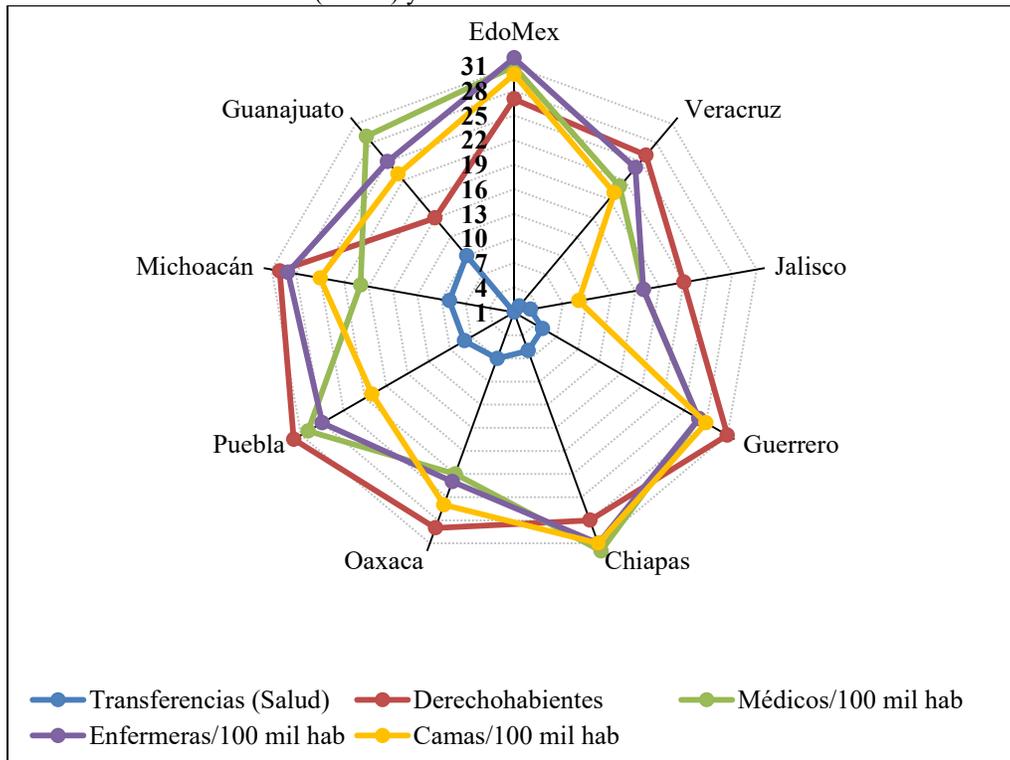
Fuente: Elaboración propia con datos de la SHCP y de INEGI

Notas:

1.- Promedio de millones de pesos recibidos en el período que se indica.

El FASSA ocupa el segundo lugar entre los ocho Fondos que integran el Ramo 33 de las aportaciones federales en virtud de la cantidad de recursos económicos que lo componen.

Gráfica 1. Posición que ocupan los indicadores de las entidades con mayores transferencias federales en salud (FASA) y con resultados menos sobresalientes en salud.



Fuente: Elaboración propia con datos de la SHCP y de INEGI

Al elaborar un ranking nacional en el que se consideren indicadores de salud y de los montos recibidos por concepto de FASSA, es posible apreciar que las entidades que reportan los resultados más desfavorables, también ocupan los primeros lugares respecto de la obtención de ingresos por aportaciones federales a través este Fondo.

Destacan los casos de Chiapas, Oaxaca y Guerrero en los que, no obstante, la infraestructura médica disponible, el porcentaje de partos atendidos en unidades hospitalarias es inferior al resto de los estados; esta condición, a reserva de la comprobación correspondiente, podría estar vinculada con los índices de mortalidad materna e infantil.

CONCLUSIONES

No obstante los atributos redistributivos de las transferencias federales, el esquema actual de coordinación fiscal intergubernamental podría no estar generando contribuciones a la disminución de los desequilibrios interregionales en México. Es decir, aún y cuando existe evidencia de un progreso en ciertos indicadores asociados con el sector educativo y salud, hay entidades federativas en las que éste es intrascendente para la realidad de sus habitantes.

Las brechas socioeconómicas entre las entidades federativas no han reducido; estados como Chiapas, Oaxaca, Guerrero y, en ciertos indicadores, Michoacán y Veracruz, mantienen amplios niveles de rezago en educación y salud. Sin embargo, la cantidad de recursos que la Federación les transfiere anualmente para mejorar tales circunstancias es, en promedio, superior a la que recibe la mayor parte del resto de los estados del país.

Lo anterior tiene implicaciones diversas, por una parte, posiblemente haya estados que estén financiando, vía la generación de riqueza de sus habitantes y la consiguiente contribución fiscal a la Federación, parte de las transferencias que les son enviadas las entidades más rezagadas, lo que coloca en el debate el tema del financiamiento de unas regiones por parte de otras y las connotaciones que, en materia de federalismo y equidad hacendaria, conlleva tal situación.

Por otra parte, es necesario investigar qué efectos tienen las decisiones de las administraciones públicas de los estados, respecto del ejercicio de las transferencias federales, con el cumplimiento de los objetivos de la Federación; por tanto, aspectos relacionados con la gestión, eficacia y eficiencia, en el marco de la coordinación hacendaria, deben ser estudiados con el propósito de localizar, con exactitud,

las causas que han provocado que el SNCF esté, al menos en apariencia, rebasado o, por lo menos, generando resultados insatisfactorios.

Una muestra de lo anterior es la reforma que inició su vigencia en 2015 en relación a la administración centralizada de la nómina educativa a través del Fondo para la nómina educativa y gasto operativo (FONE) en sustitución del FAEB que significa un retroceso en la descentralización en un sistema federal. Los motivos se relacionan con la ineficiente aplicación de los recursos transferidos tal y como lo muestra el ejercicio que se presenta.

Sin embargo, esto no garantiza que se vincule la administración centralizada con el desarrollo económico de las entidades federativas. Es prematuro una conclusión al respecto, habrá que esperar.

Finalmente, en la medida en que se realicen los ajustes pertinentes y precisos a los sistemas y mecanismos de distribución del gasto, se observarán mejores resultados en el desarrollo de la sociedad en su conjunto, abatiendo las brechas y diferencias regionales.

BIBLIOGRAFÍA

- Flores, A. (2012). Avances de la descentralización fiscal en países de América latina. *Red Latinoamericana sobre Deuda, Desarrollo y Derechos*, pp.4-95.
- Gómez, C. & Pinzón, H. (2012). Responsabilidad fiscal en Colombia. *Prolegómenos. Derechos y Valores*, XV, pp.173-188.
- González, L. (2014). Transferencias federales, desigualdad interregional y redistribución en América latina. *América Latina Hoy*, 67, pp.167-190.
- Hernández, F. (2010). Las finanzas públicas en el México posrevolucionario. En Kuntz, S. *Historia económica general de México, de la Colonia a nuestros días*. México, D.F.: El Colegio de México & Secretaría de Economía, pp. 573 – 607.
- Ibarra, J. (2011). Entorno Político y dependencia de los estados mexicanos. *Gestión y Política Pública*, XXII (1) pp. 3-44.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2015). "Indicadores de sociedad y gobierno" [base de datos en línea]. México. <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=21702> [fecha de consulta: 20 de marzo de 2015].
- Instituto Mexicano para la Competitividad. (2012) Gasto y finanzas públicas: la deuda de transparencia de los estados con la sociedad. Junio 3, 2014, de Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. Sitio web: http://imco.org.mx/indice_de_competitividad_estatal_2012/archivos/libro/gasto_y_finanzas_publicas.pdf
- México. Ley de Coordinación Fiscal. Publicada el 27 de diciembre 1978 en el Diario Oficial de la Federación, última reforma el 11/08/2014.
- Nieto, F. D. (2012). Sobre la política de las Finanzas públicas: la Hacienda funcional y las resistencias ideológicas. *Revista de Economía Institucional*, 14, pp.329-335.
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2015). "Estadísticas oportunas de finanzas públicas" [base de datos en línea]. México. http://www.shcp.gob.mx/POLITICAFINANCIERA/FINANZASPUBLICAS/Estadisticas_Oportunas_Finanzas_Publicas/Paginas/unica2.aspx [fecha de consulta: 20 de marzo de 2015].
- Tépach, R. (2012). La deuda pública de las entidades federativas explicada desde la perspectiva del federalismo fiscal mexicano. junio 3, 2014, de Dirección general de servicios de documentación, información y análisis Sitio web: <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/se/SAE-ISS-17-12.pdf>
- Tiebout, C.(1956). A Pure Theory of Local Expenditures. *The Journal of Political Economy*, 64, pp.416-424.
- Treisman, D.(2007). *The Architecture of Government: Rethinking Political Decentralization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weingast, B.(1995). The Economic Role of Political Institutions: Market-Preserving Federalism and Economic Growth. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 11, pp.1-31.



CONVERGENCIAS ENTRE LA CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL Y LA CONTABILIDAD FINANCIERA

Autores:

Adriana Garza Elizondo

Facultad de Contaduría Pública y Administración-Universidad Autónoma de Nuevo León

Dirección: Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza; Nuevo León

Correo: adriana_garzae@yahoo.com.mx

Nacionalidad Mexicana

Alba Luna Gómez

Facultad de Contaduría Pública y Administración-Universidad Autónoma de Nuevo León

Dirección: Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza; Nuevo León

Correo: alba45@hotmail.com

Nacionalidad Mexicana

Nelly Cristina Ramírez Grimaldo

Centro de Investigaciones Económicas, Facultad de Economía, UANL.

Estudiante de Doctorado, Posgrado FACPYA.

Dirección: Avenida Lázaro Cárdenas 4600 Ote. Fracc. Residencial Las Torres, Monterrey, Nuevo León

C.P. 64930

Correo: ncrgr@hotmail.com

Nacionalidad Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 10/Mayo/2015

ABSTRACT

In Mexico in 2009 the law regulating government accounting was enforced. What has generated a perception of complexity in its implementation. However, its contents of its provisions are similar to the private sector. Under this scenario in this paper is offered a comparative view of governmental accounting and financial accounting, in order to show the feasibility of accounting harmonization; the above through the convergences between the two accounts. To that end will be taken based on the applicable regulations for each one of them: the general government accountability act for the first and financial reporting standards (frs) for the second one. As a central part of the document concepts, regulators, conceptual framework, principles and financial reporting are reviewed, after the comparative analysis and discussion takes place; finally, we reflect on them.

KEYWORDS: FINANCIAL ACCOUNTING, GOVERNMENTAL ACCOUNTING, CONVERGENCES, LGCG, NIF.

RESUMEN

En México en el año 2009 entró en vigor la Ley que regula la contabilidad gubernamental. Lo que ha generado una percepción de complejidad en su implementación. Sin embargo, el contenido de su normatividad es similar a la del sector privado. Bajo este escenario en la presente ponencia se ofrece una visión comparativa de la contabilidad gubernamental y la contabilidad financiera, con el objetivo de mostrar la factibilidad de su armonización contable; lo anterior a través de las convergencias entre ambas contabilidades. Para tal efecto se tomaran como base la normatividad aplicable a cada una de ellas: la Ley General de Contabilidad Gubernamental (LGCG) para la primera y las Normas de Información Financiera (NIF) para la segunda. Como parte central del documento se revisan los conceptos, organismos reguladores, marco conceptual, postulados e información financiera, después se realiza el análisis comparativo y su discusión; por último, se reflexiona sobre las mismas.

Palabras clave: Contabilidad Financiera, Contabilidad Gubernamental, Convergencias, LGCF, NIF.

1. INTRODUCCIÓN

En México en el año 2009 entró en vigor la Ley que regula la contabilidad gubernamental. Lo que ha generado una percepción de complejidad en su implementación. Sin embargo, el contenido de su normatividad es similar a la del sector privado. Bajo este escenario en la presente ponencia se ofrece una visión comparativa de la contabilidad gubernamental y la contabilidad financiera, con el objetivo de mostrar la factibilidad de su armonización contable; lo anterior a través de las convergencias entre ambas contabilidades. Para tal efecto se tomaran como base la normatividad aplicable a cada una de ellas: la Ley General de Contabilidad Gubernamental (LGCG) para la primera y las Normas de Información Financiera (NIF) para la segunda. Como parte central del documento se revisan los conceptos, organismos reguladores, marco conceptual, postulados e información financiera, después se realiza el análisis comparativo y su discusión; por último, se reflexiona sobre las mismas.

El trabajo se desarrolla de la siguiente manera. En primer lugar, se presenta el marco teórico, que contiene los antecedentes generales con respecto a la Ley General de Contabilidad Gubernamental, los aspectos básicos de la contabilidad gubernamental y los de la contabilidad financiera y en donde se explican los principales aspectos contables y se describe el tipo de información que los entes públicos deben proporcionar. Enseguida se encuentra la sección denominada método, aquí se presenta el análisis comparativo realizado de la contabilidad gubernamental y de la financiera mostrando los puntos en común entre ambas contabilidades. En el apartado cuatro, se muestran los resultados, es aquí donde se exponen las convergencias encontradas entre ambas contabilidades. Finalmente se presentan las conclusiones.

2. MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES GENERALES

En 2009, entró en vigor la Ley General de Contabilidad Gubernamental, la cual tiene por objeto establecer los criterios generales que regirán la Contabilidad Gubernamental. Sin embargo, a pesar del esfuerzo del Gobierno Federal, a través del Consejo Nacional para la Armonización Contable (CONAC), para facilitar la implementación del Sistema de Contabilidad Gubernamental y la armonización contable, en enero de 2013 pocas entidades federativas como Guanajuato, Coahuila y Veracruz, entre otras, tenían avances sustantivos, pero al menos todas ya habían cumplido con la instalación de su Consejo Estatal (Hinojosa Cruz, 2013); actualmente, se observan avances en ciertas entidades federativas, sin embargo, siguen siendo pocas. Un aspecto que pudiera estar afectando el cumplimiento de la ley, puede ser la percepción que tienen los entes públicos de que el proceso es complicado, ya que uno de los principales cambios que promueve la LGCG, es la aplicación de la técnica contable como en la iniciativa privada.

Existe un gran reto para la adopción y cumplimiento de la LGCG que será aplicada en un proceso gradual, en donde será necesario:

- Evaluar todas las dimensiones del Ente Público para identificar los impactos de su adopción e integrar un plan estratégico de instrumentación.
- Trabajar en la capacitación del personal involucrado para lograr una adecuada implementación en los nuevos procesos.
- Establecer canales de comunicación adecuados entre las direcciones o áreas para un adecuado éxito.
- Desarrollar primeramente la parte de procesos, cultura y personas antes de implementar el aspecto tecnológico.

- Asegurar que el nuevo modelo cumpla con la legislación aplicable y brinde certeza jurídica al Ente Público y los servidores públicos.

Con la aprobación de esta ley, se da respuesta a la necesidad de contar con información oportuna que no solamente cumpla con los requerimientos legales de transparencia y de rendición de cuentas, sino que también permita superar la diversidad conceptual, normativa y técnica prevaeciente en la información financiera, presupuestal y económica de las entidades gubernamentales.

Las Instituciones que deben cumplir con dicha Ley de manera obligatoria² son:

- Los entes públicos: los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Federación y de las entidades federativas.
- Los entes autónomos de la Federación y de las entidades federativas.
- Los ayuntamientos de los municipios; los órganos político-administrativos de las demarcaciones territoriales del Distrito Federal.
- Las entidades de la administración pública paraestatal, ya sean federales, estatales o municipales;
- Entidades federativas: los estados de la Federación y el Distrito Federal;

Los objetivos de su implementación son:

1. Lograr la armonización contable.
2. Incrementar la fiscalización de los activos, pasivos, ingresos y gastos públicos.
3. Emitir información financiera patrimonial.
4. Regular la contratación de deuda.

² De acuerdo con lo que establece el art. 1 de la LGCG.

2.2. CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL

2.2.1. DEFINICIÓN

Es una rama de la teoría general de la contabilidad que se aplica a las organizaciones del sector público, cuya actividad está regulada por un marco constitucional, una base legal y normas técnicas que la caracterizan y la hacen distinta a la que rige para el sector privado. (López Fernández, 2013).

2.2.2. ORGANISMOS REGULADORES

- El Consejo Nacional de Armonización Contable (CONAC)³ el cual tiene la función de establecer las normas contables y los lineamientos para la generación de información financiera que aplicaran los entes públicos.
- El Comité Consultivo que se encargara de proponer al CONAC la creación o modificación de normas contables y de emisión de información financiera relativas al registro y valuación del patrimonio.

2.2.3. GENERALIDADES

El CONAC quien es el encargado de la emisión de normas contables y lineamientos para la generación de información financiera de los entes públicos ha emitido entre otras, la siguiente normatividad al 2015:

- Marco Conceptual y Postulados Básicos de Contabilidad Gubernamental
- Clasificadores presupuestales
- Plan de cuentas, reglas de registro e instructivo de cuentas
- Guías contabilizadoras y modelos de asientos
- Estados financieros contables
- Estados presupuestarios

³ Cada entidad federativa debe constituir su Consejo Estatal de Armonización Contable.

- Estados e informes programáticos
- Indicadores de postura fiscal
- Manuales simplificados de municipios
- Cuenta pública
- Lineamientos del control : PbR y SED
- Transparencia

2.2.3.1. MARCO CONCEPTUAL DE CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL (MCCG)

El MCCG “representa los conceptos fundamentales para la elaboración de normas, la contabilización, valuación y presentación de la información financiera confiable y comparable para satisfacer las necesidades de los usuarios y permitirá ser reconocida e interpretada por especialistas e interesados en la finanzas públicas”⁴.

El MCCG se integra de los siguientes apartados los cuales están establecidos en el acuerdo que se publicó en el Diario Oficial de la Federación del 20 de Agosto de 2009 y son los siguientes:

- **Características del MCCG**

En este apartado se establecen los objetivos del MCCG y su ámbito de aplicación, es decir establece las entidades comprendidas en este marco por su implicación legal e institucional; así como la supletoriedad, este concepto nos indica las instancias a las cuales acudir, en alguna situación, no contemplada por la LGCG o el CONAC.

- **Sistema de Contabilidad gubernamental**

Nos muestra consideraciones generales del sistema, así como sus objetivos y características.

- **Postulados Básicos de Contabilidad Gubernamental**

⁴ Según la LGCG en su art. 21

Son conceptos generalizados que apoyan el ejercicio contable fundamentando sus conceptos basados en el cumplimiento de la ley de la cual emanan⁵.

- **Necesidades de Información Financiera de los Usuarios**

En este apartado se establece quienes pueden ser usuarios de la información financiera, como lo son: El congreso y las legislaturas de las Entidades federativas; la Auditoría Superior de la Federación, entidades de fiscalización y órganos internos de control; los entes públicos; entidades que proveen de financiamiento y por último el público en general. En la Entidades privadas se clasifican en internos y externos, son todos los que toman decisiones en función de la información financiera.

- **Cualidades de la Información Financiera a producir**

Las características cualitativas de la información financiera son los atributos y requisitos indispensables que debe reunir la información siendo las siguientes:

- Utilidad
- Confiabilidad: Veracidad, Representatividad, Objetividad, Verificabilidad e Información Suficiente.
- Relevancia
- Comprensibilidad
- Comparabilidad

2.2.3.2. POSTULADOS BÁSICOS DE CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL (PBCG)

Según el acuerdo que fue publicado en el DOF del 20 de Agosto de 2009. Los PBCG son elementos fundamentales que configuran el SCG, sustentando técnicamente el registro de las operaciones, basados en su razonamiento, respaldados en la legislación especializada, con la finalidad de uniformar los métodos, procedimientos y prácticas contables. Se detallan en la tabla 1.

⁵ Los cuales se muestran a detalle en el apartado que lleva su nombre.

Tabla 1 Postulados básicos de la contabilidad gubernamental

Sustancia Económica	Reconocimiento contable de las transacciones, transformación interna y otros eventos que afectan económicamente al ente público.
Entes Públicos	Poderes ejecutivo, legislativo y judicial. Entidades federativas, entes autónomos de la federación y de las entidades federales, ayuntamientos de los municipios, órganos político-administrativos y la administración pública paraestatal.
Existencia Permanente	Actividades del ente se establece por tiempo indefinido salvo disposición legal que especifique lo contrario.
Revelación Suficiente	Los Estados y la información financiera deben mostrar amplia y claramente la situación financiera y los resultados del ente público.
Importancia Relativa	La información debe mostrar los aspectos importantes de la entidad que fueron reconocidos.
Registro e Integración Presupuestaria	El registro presupuestario del ingreso y egreso en los entes públicos se debe reflejar en la contabilidad considerando sus efectos patrimoniales y su vinculación con las etapas presupuestarias.
Consolidación de la Información Financiera	Los estados financieros de los entes públicos deberán presentar de manera consolidada la situación financiera, los resultados de operación, el flujo de efectivo o los cambios en la situación financiera y las variaciones a la Hacienda Pública como si se tratara de un solo ente publico
Devengo Contable	El ingreso devengado es el momento contable en que existe jurídicamente el derecho al cobro. El gasto devengado es el momento contable que refleja el reconocimiento de una obligación de pago a favor de terceros.
Valuación	Deberán ser cuantificadas en términos monetarios, se registra a costo

	histórico o al valor económico objetivo.
Dualidad Económica	El ente público deberá reconocer en la contabilidad, la representación de las transacciones y algún otro evento que afecte su situación financiera.
Consistencia	En operaciones similares en un ente, debe corresponder un mismo tratamiento contable no debe cambiar con el tiempo.

Fuente: Elaboración propia con datos del manual de contabilidad gubernamental.

2.2.3.3. INFORMACIÓN FINANCIERA GUBERNAMENTAL

Según el artículo 44 de la LGCG los estados financieros y la información emanada de la contabilidad deberán sujetarse a criterios de utilidad, confiabilidad, relevancia, comprensibilidad y de comparación, así como a otros atributos asociados a cada uno de ellos, como oportunidad, veracidad, representatividad, objetividad, suficiencia, posibilidad de predicción e importancia relativa, con el fin de alcanzar la modernización y armonización que la Ley determina. La tabla 2 muestra el tipo de información que deberán proporcionar los entes públicos.

Tabla 2 Información Financiera Gubernamental

Información contable	Estado de Situación Financiera
	Estado de Variación en la Hacienda Pública
	Estado de Cambios en la Situación Financiera
	Informes sobre Pasivos Contingentes
	Notas a los Estados Financieros
	Estado analítico del activo
	Estado Analítico de la Deuda y Otros Pasivos
	El Estado de Resultados y de Actividades, no son considerados en la Ley General de Contabilidad Gubernamental; sin embargo, el primero es elaborado por las entidades del Sector Paraestatal y Paramunicipal,

	y el segundo pudiera ser aplicado por las entidades no lucrativas.
Información presupuestaria	Estado analítico de ingresos Estado analítico del ejercicio del presupuesto de egresos. Endeudamiento Intereses a la deuda Flujo de fondos que resuma todas las operaciones y los indicadores de la postura fiscal
Información programática	Gasto por categoría programática, programas y proyectos de inversión Indicadores de resultados
Información complementaria para generar cuentas nacionales e internacionales	
Indicadores de desempeño para medir avance, eficacia, eficiencia, economía y calidad.	

Fuente: Elaboración propia con datos del manual de contabilidad gubernamental.

2.3. CONTABILIDAD FINANCIERA

2.3.1. DEFINICIÓN

De acuerdo con la NIF A-1 párrafo 3, la Contabilidad es una técnica que se utiliza para el registro de las transacciones, transformaciones internas y otros eventos que afectan económicamente a una entidad y que produce sistemática y estructuradamente información financiera. (NIF, 2014).

2.3.2. ORGANISMOS REGULADORES

En el prólogo de las NIF se menciona que el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. (IMCP) es una federación fundada en 1923, que agrupan a más de 20 mil contadores públicos asociados en todo el país. Durante más de 30 años, el IMCP, fue el cuerpo normativo en principios de contabilidad generalmente aceptados, y ahora ha delegado esta función en el organismo independiente Consejo

Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera. (Instituto Mexicano de Contadores Públicos, 2014)

El CINIF tiene por objeto desarrollar las Normas de Información Financiera (NIF) con un alto grado de transparencia, objetividad y confiabilidad, que sean de utilidad tanto para emisores como para usuarios de la información financiera. (Instituto Mexicano de Contadores Públicos, 2014)

2.3.3. GENERALIDADES

2.3.3.1. MARCO CONCEPTUAL

El Marco Conceptual, según la NIF A-1 párrafo 18 “es un sistema coherente de objetivos y fundamentos interrelacionados, agrupados en un orden lógico deductivo, destinado a servir como sustento racional para el desarrollo de normas de información financiera” tal como se presenta en la Tabla 3.

Tabla 3 Marco Conceptual de la NIF

MARCO CONCEPTUAL DE LAS NIF	A-2 Postulados básicos	1) Sustancia Económica 2) Entidad Económica 3) Negocio en Marcha 4) Devengación Contable 5) Asociación de Costos y Gastos con Ingresos 6) Valuación 7) Dualidad Económica
-----------------------------------	------------------------	--

		8) Consistencia
	A-3 Necesidades de los Usuarios y Objetivos de los Estados Financieros	
	A-4 Características Cualitativas de la Información Financiera	
	A-5 Elementos Básicos de los Estados Financieros	1) Activo 2) Pasivo 3) Capital contable o Patrimonio Contable 4) Ingresos, Costos y Gastos 5) Utilidad o Pérdida Neta 6) Movimientos de Propietarios Reservas y Utilidad o Perdida Integral 7) Origen y Aplicación de Recursos
	A-6 Reconocimiento y Valuación	
	A-7 Presentación y Revelación	

	A-8 Supletoriedad	
--	-------------------	--

Fuente: elaboración propia con datos de la NIF A-1.

Desde el punto de vista de las NIF el Marco Conceptual está integrado por:

- Los Postulados Básicos.
- Las Necesidades de los usuarios y objetivos de los estados financieros.
- Las Características cualitativas de la información financiera, las cuales se muestran de forma resumida en la tabla 4.
- Elementos básicos de los estados financieros.
- Reconocimiento y valuación.
- Presentación y revelación.
- Supletoriedad.

Tabla 4 Características de la Información Financiera

Características de los Estados Financieros	<i>CARACTERISTICAS</i>	
	<i>PRIMARIAS</i>	<i>SECUNDARIAS</i>
Utilidad	1) Confiabilidad	1) Veracidad 2) Representatividad 3) Objetividad 4) Verificabilidad 5) Información Suficiente
	2) Relevancia	1) Posibilidad de predicción y confirmación 2) Importancia Relativa
	3) Comprensibilidad	
	4) Comparabilidad	

Fuente: Elaboración propia con datos de la NIF A-4

2.3.3.2. POSTULADOS BÁSICOS

De acuerdo con la NIF A-2 en el párrafo 4, los postulados básicos son fundamentos que rigen el ambiente en el que debe operar el sistema de información contable y dan pauta para explicar “en qué

momento” y “cómo” deben reconocerse los efectos derivados de las transacciones, transformaciones internas y otros eventos, que afectan económicamente a una entidad, por lo que son, en consecuencia, esencia misma de las normas particulares (Instituto Mexicano de Contadores Públicos, 2014).

2.3.3.3. INFORMACIÓN FINANCIERA

En la NIF A-3 párrafo 37 se establece que los Estados financieros, son la manifestación fundamental de la información financiera. Su propósito general es proveer información de una entidad acerca de la posición financiera, la operación financiera, del resultado de sus operaciones y los cambios en su capital contable o patrimonio contable y en sus recursos o fuentes, que son útiles al usuario general en el proceso de la toma de decisiones económicas.

La misma NIF A-3 en el párrafo 42 nos menciona y define los estados financieros básicos que son:

- a) El balance general, que muestra información relativa a una fecha determinada sobre los recursos y obligaciones financieros de la entidad.
- b) El estado de resultados, para entidades lucrativas o, en su caso, estado de actividades, para entidades con propósitos no lucrativos, que muestra la información relativa al resultado de sus operaciones en un periodo.
- c) El estado de variaciones en el capital contable en el caso de entidades lucrativas, que muestran los cambios en la inversión en los accionistas o dueños durante el período.
- d) El estado de flujo de efectivo, que indica información acerca de los cambios en los recursos y las fuentes de financiamiento de la entidad en el período, clasificados por actividades de operación, de inversión y de financiamiento.

Las notas a los estados financieros son parte integrante de los mismos y su objeto es complementar los estados básicos.

Hasta aquí, se ha descrito lo que establecen ambas normatividades, en el siguiente se expone el análisis comparativo entre ellas para encontrar los puntos de convergencia.

3. METODO

Con la finalidad de lograr el objetivo de este artículo, se realizó una revisión y un análisis de la normatividad gubernamental y la normatividad financiera descritas anteriormente. Por lo que, en este apartado se incluye un análisis comparativo entre la contabilidad gubernamental y la contabilidad financiera, para de esta manera determinar los puntos de convergencia entre ambos tipos de contabilidad. Al encontrar los puntos de convergencia se explica la forma en que estos coinciden, si de manera completa o de manera parcial. Una convergencia completa significa que los puntos son totalmente coincidentes, una convergencia parcial significa que no se da una total similitud de la normatividad.

3.1. ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL Y CONTABILIDAD FINANCIERA

Al comparar los dos tipos de contabilidades se encuentran similitudes como:

- El registro de ambas se hace en base devengado.
- Marcos conceptuales definidos
- Usuarios identificados
- Postulados conceptualizados
- Claro establecimiento de las características que debe poseer la información generada
- Información resultante de proceso.

Con respecto a las diferencias se encuentran:

- El proceso de registro en la CG inicia con la aprobación del presupuesto; en la CF inicia con las operaciones, lo cual se muestra de forma resumida en la tabla 5.
- En la CG se hacen dos registros para una sola operación, en uno se afectan las cuentas relacionadas con la transacción efectuada y en otro el efecto que la transacción tiene sobre el presupuesto, realizándose este último con cuentas de orden.
- En la CG se establecen los momentos de reconocimiento tanto del ingreso como del gasto.

Tabla 5 Proceso contable comparativo

Contabilidad	Inicio	Transacciones	Final	Conclusión
Gubernamental	Aprobación del presupuesto	Ingreso o Gasto y su efecto en el presupuesto	Estados Financieros	Cumplimiento o incumplimiento
Financiera	N/A	Venta o Gasto o Costo	Estados Financieros	N/A

Fuente: elaboración propia con datos del manual de contabilidad gubernamental, de las NIF y Lara Flores (2004).

4. RESULTADOS

4.1. CONVERGENCIAS ENTRE LAS CONTABILIDADES

El punto de convergencia de las entidades públicas y de las privadas, es que ambas realizan transacciones económicas que requieren de un registro sistemático para generar la información financiera que será útil para distintos usuarios. Sin embargo una de las diferencias fundamentales radica en que los recursos con los que realiza las operaciones la contabilidad gubernamental surgen del presupuesto. Se tiene un presupuesto de ingresos y un presupuesto de egresos el cual se registra en cuentas de orden⁶. En la Contabilidad financiera, el presupuesto no es obligatorio y se pueden registrar en cuentas del estado de resultados.

La NIF A-4 en su párrafo 4 considera tanto a la **Revelación Suficiente** o Información suficiente como a la **Importancia Relativa**, como características secundarias; mientras que la CG las considera como postulado básico.

En el tabla 6 se muestra la convergencia entre los postulados de ambas contabilidades, en ella podemos encontrar que la Contabilidad Gubernamental posee 11 postulados mientras que las NIF establecen 8 postulados. Los que tienen aplicación en paralelo son: Sustancia Económica, Devengo Contable, Valuación, Dualidad Económica y Consistencia.

En las convergencias parciales encontramos:

- En el caso de Revelación Suficiente e Importancia Relativa que las CG reconoce como postulados, en las NIF se consideran como características cualitativas de la Información financiera en la NIF A-4.

⁶ Según Lara Flores (2004), son cuentas que sirven para registrar valores ajenos y valores contingentes.

- La CG considera el Registro e Integración Presupuestaria como un postulado característico y fundamental de las Entidades Públicas, algo de su aplicación se podría encontrar en la NIF B-16 “Estados Financieros de entidades con propósitos no lucrativos”, se muestra en la tabla 6 como convergencia parcial debido a que en las NIF solo es aplicable a un tipo de entidades en específico.
- La Consolidación de la Información Financiera también clasificada como postulado de acuerdo con la CG, en las NIF su tratamiento se encuentra en la NIF B-8 “Estados Financieros Consolidados o combinados”, su convergencia es parcial debido a la misma razón del postulado anterior.
- Finalmente las NIF contemplan el postulado de “Asociación de Costos y Gastos con Ingresos” mientras que para la CG no lo es, tal vez es considerado como parte del Devengo Contable, además se puede determinar que está integrando dentro del apartado “Determinación de los Momentos Contables de los Egresos”

Tabla 6. Comparativo entre los postulados de contabilidad gubernamental y los postulados de las NIF

	Postulados de Contabilidad Gubernamental		Postulados de las NIF	Convergencia
1	Sustancia Económica	1	Sustancia Económica	Completa
2	Entes Públicos	2	Entidad	Completa
3	Existencia Permanente	3	Negocio en Marcha	Completa
4	Revelación Suficiente			Parcial
5	Importancia Relativa			Parcial
6	Registro e Integración Presupuestaria			Parcial
7	Consolidación de la Información Financiera			Parcial
		4	Asociación de costos y gastos con ingresos	Parcial
8	Devengo Contable	5	Devengación contable	Completa
9	Valuación	6	Valuación	Completa
10	Dualidad Económica	7	Dualidad económica	Completa
11	Consistencia	8	Consistencia	Completa

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE LA NIF A-2 Y DEL MANUAL DE CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL

Se puede apreciar que en gran medida tanto los postulados básicos de la contabilidad gubernamental, como los postulados básicos de la NIF se analizaron sin dejar ningún concepto fuera, solo que algunos se encuentran contenidos en otros, o son considerados características, o bien una NIF por separado.

5. CONCLUSIONES

En este trabajo al comparar, la contabilidad financiera con la contabilidad gubernamental, se encuentran y se enmarcan los puntos de coincidencia y de diferencias entre ambas, lo cual puede ayudar a simplificar el proceso de armonización contable.

Se concluye que la normatividad, los estados financieros y la información complementaria tienen muchas similitudes que pueden ayudar en el proceso de armonización. Por lo que es recomendable, que las instituciones públicas busquen apoyarse en contadores especializados en el sector privado, ya que dada su experiencia sería más fácil la migración a la contabilidad gubernamental como lo establece la LGCG.

6. BIBLIOGRAFIA

Castro Vazquez, R. C. (2002). *Contabilidad Gubernamental*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

Esquivel Martínez, M. A. (2013). Normas Emitidas por el CONAC y su implementación. *Contaduría Pública*, 14-17.

Hinojosa Cruz, A. V. (2013). Aspectos fundamentales en la implementación del sistema de contabilidad gubernamental y su armonización en las entidades federativas. *Academia de Ciencias Administrativas*, 1-22.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A. (2014). *Normas de Información financiera*. Mexico: IMCP.

Lara Flores, E. (2001). *Segundo Curso de Contabilidad*. México: Trillas.

Lara Flores, E. (2004). *Primer Curso de Contabilidad*. México: Trillas.

López Fernández, I. C. (2013). Ley General de Contabilidad Gubernamental panorama 2013. *Contaduría Pública*, 30-34.



INCLUSION DE MEXICO EN LAS OPERACIONES DE MANTENIMIENTO DE LA PAZ DE LA ONU

Autores:

Lic. Nora E. Huerta Flores

Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública

Lomas del sol # 524 Col. Lomas del Campestre, cp. 66278 San Pedro Garza García, Nuevo León,

México. Correo: nora.huerta@hotmail.com

Nacionalidad: mexicana

Lic. Carolina Janeth Campos Camarillo

Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública

Artículo 123 #527 Col. Unidad Laboral, cp.66440 San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México.

Correo: caro.campo@hotmai.com

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 11/Mayo/2015

RESUMEN

Hoy en día, las amenazas a la paz y seguridad internacionales ya no provienen en su mayoría de actos de agresión entre Estados, sino de conflictos internos o de actores no estatales en el escenario internacional, como el terrorismo y, más recientemente el crimen transnacional organizado, el tráfico de armas y de drogas.

Es así que las Misiones de Operación de Paz son medios a través de los cuales la Organización de las Naciones Unidas ha fortalecido su misión por mantener la paz y seguridad a nivel mundial. Desde los inicios de la creación del Organismo en la década de los 40's hasta la actualidad, miles de soldados de diferentes países han sido enviados para colaborar en dichas operaciones. Sin embargo, en los últimos años, estas misiones han creado escenarios oscuros no solo para el país en conflicto, sino para aquellos países que envían efectivos de cascos azules a misiones de paz, tal es el caso de los cascos azules argentinos secuestrados en Siria, es por ello que se deben analizar las repercusiones interna y externa previo al envío de militares azules.

PALABRAS CLAVE Cascos Azules / Conflicto Armado / Mexico / ONU / Paz / Política Exterior /
Seguridad Internacional

RESUMEN / ABSTRACT

Today, threats to international peace and security no longer come from acts of aggression between States but internal conflicts or non-state actors on the international stage, such as terrorism and more recently transnational organized crime, trafficking in arms and drugs.

It's so Missions Peacekeeping Operation are means by which the United Nations has strengthened its mission to maintain peace and security worldwide. Since the beginning of the creation of the Agency in the early 40s to the present, thousands of soldiers from different countries have been sent to assist in such operations. However, in recent years, these missions have created dark scenarios not only for the country in conflict, also for those countries sending troops to peacekeeping missions, such is the case of Argentine peacekeepers kidnapped in Syria which is why we must analyze the internal and external impacts before sending blue military.

KEYWORDS UN / Peace / Mexico / Foreign Policy / Armed conflict / International Security/
Peacekeepers.

INTRODUCCION

A través de los años, los intentos por obtener el poder, ganar las guerras y conflictos entre las naciones, han marcado de manera crucial la historia de la humanidad. A raíz de los estragos ocasionados por la Primera y Segunda Guerra Mundial, el hombre ha intentado conseguir la paz, sin embargo, pese a los intentos audaces, estos conflictos siguen presentándose aun en nuestros días. Posterior a la Segunda Gran Guerra, los países involucrados acordaron la creación de un organismo internacional que fungiera como intermediario para conservar la paz; así surge la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con el objetivo de preservar la Seguridad Internacional, buscando prevenir o suprimir las amenazas que se presenten. Uno de los medios a través de los cuales este organismo trabaja para lograr su cometido, son las operaciones de mantenimiento de la paz mediante la participación de personal militar (cascos azules) cuya función principal es intervenir en situaciones de conflicto y dar el apoyo necesario para llegar a una solución pacífica, tratando con esto, promover la cordialidad entre los pueblos y crear nuevas estrategias para el éxito de su permanencia.

El pasado 24 de septiembre del 2014, en el sexagésimo noveno periodo ordinario de sesiones de la Asamblea General de la ONU, el Presidente en turno de México, Enrique Peña Nieto, acordó ante los representantes de este organismo, la participación de elementos militares mexicanos en operaciones para el mantenimiento de la paz dentro de los esquemas de ese organismo, argumentando que esta decisión renueva y actualiza la política exterior de nuestro país, no obstante la presencia de estos elementos en distintos momentos y lugares ha sido prácticamente y con mucha frecuencia, de carácter “intervencionista” que nuestra política exterior ha evitado por medio de un acuerdo constitucional, establecido en nuestra Carta Magna.

En el presente artículo se analiza que tan conveniente o perjudicial es para nuestro país la inclusión de civiles o militares en las Operaciones de Mantenimiento de la Paz de la ONU.

ANTECEDENTES

Una de las principales preocupaciones de la humanidad, ha sido la preservación la paz entre las naciones, para lograrlo, han surgido diversas ideas para la creación de entidades políticas independientes, que sean rectores de la política internacional.

En 1907 se celebró en La Haya, la segunda Conferencia de Paz de La Haya¹ en la cual se planteaba la necesidad de crear una organización internacional que se encargara de mantener la paz entre las naciones. En esa reunión, se aprobaron convenios relacionados con la solución por la vía pacífica de conflictos de carácter internacional y se sentaron las bases para el ordenamiento de la Sociedad de las Naciones. Ocaña (2003) menciona que durante la Conferencia de Paz de Versalles en 1919 a iniciativa del Presidente de los Estados Unidos, Woodrow Wilson se creó la Sociedad de las Naciones, teniendo como objetivo esencial el mantenimiento de la paz, no obstante no tuvo el éxito esperado y esta se disolvió en 1946. Antes de su disolución, el primero de enero de 1942, representantes de las 26 naciones aliadas firmaron en Washington, D.C. la Declaración de las Naciones Unidas, en la cual se incorporaban los principios de la Carta del Atlántico; el nombre de “Naciones Unidas” establecido por el Presidente de los Estados Unidos Franklin D. Roosevelt, utilizándose por primera vez en esta fecha.

Posteriormente el 30 de octubre de 1943, la Unión Soviética, el Reino Unido, los Estados Unidos y China abogaron por la creación de una organización internacional responsable del mantenimiento de la paz y la seguridad. Este objetivo se reafirmó por los líderes de los Estados Unidos, la URSS y el Reino Unido en Teherán el 1 de diciembre de 1943, y el 7 de octubre de 1944 en una conferencia en Washington China, Gran Bretaña, la URSS y los Estados Unidos acordaron los siguientes puntos:

La creación de una Asamblea General compuesta de todos los miembros; Creación de un Consejo de Seguridad, de once miembros. De éstos, cinco serían permanentes y la Asamblea General elegiría a los

seis restantes por períodos de dos años; Establecimiento de un Consejo Económico y Social que funcionara bajo la autoridad de la Asamblea General; Establecimiento de una Corte Internacional de justicia y la creación de una Secretaría General.

Creación de la ONU

En 1945, representantes de 50 países se reunieron en San Francisco en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Organización Internacional, para redactar la Carta de las Naciones Unidas (CNU). La Carta fue firmada el 26 de junio de 1945 por los representantes de los 50 países. Polonia, que no estuvo representada, la firmó mas tarde y se convirtió en uno de los 51 Estados Miembros fundadores. Las Naciones Unidas empezaron a existir oficialmente el 24 de octubre de 1945, después de que la Carta fuera ratificada por China, Francia, la Unión Soviética, el Reino Unido, los Estados Unidos y la mayoría de los demás signatarios.

Desde 1945, la ONU, es la organización intergubernamental más relevante del planeta, posee un ámbito de acción tan vasto como lo son sus organismos especializados, consejos, comisiones, programas y otras instancias. La solución pacífica de controversias, el fortalecimiento del derecho internacional, la prevención del equipamiento de armas nucleares, el respeto a los derechos humanos, entre otras son solamente algunas de sus responsabilidades, cuyo propósito final es poner dichas actividades al servicio de la paz y la seguridad internacional.

En la CNU se establecieron seis órganos principales, incluido el Consejo de Seguridad (CSONU), que celebró su primera sesión el 17 de enero de 1946 en Church House, Westminster, Londres. Actualmente, el Consejo de Seguridad está instalado en forma permanente en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York. De acuerdo a información proporcionada por el Consejo de Seguridad de la ONU (2014)

un representante de cada uno de sus miembros debe estar presente en todo momento en la Sede de las Naciones Unidas para que el Consejo de Seguridad pueda reunirse cuando surja la necesidad.

Según el Artículo 25 de la Carta de las Naciones Unidas (ONU 1945), todos los miembros de las Naciones Unidas acordaron aceptar y cumplir las decisiones del Consejo de Seguridad, en la actualidad, el Organismo cuenta con un total de 192 países miembros. Si bien otros órganos de las Naciones Unidas hacen recomendaciones a los Estados Miembros, sólo el Consejo tiene el poder de adoptar decisiones que los Estados Miembros están obligados a poner en práctica.

MANTENIMIENTO DE LA PAZ, FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA ONU

La ONU (1945) prohíbe de manera expresa el uso de la fuerza cuando en su artículo 2.4 establece que “los miembros de la Organización, en sus relaciones internacionales, se abstendrán de recurrir a la amenaza o al uso de la fuerza contra la integridad territorial o la independencia política de cualquier Estado, o cualquier otra forma incompatible con los propósitos de las Naciones Unidas”. Esto vendría a convertirse en una norma imperativa de derecho internacional, de aplicación general. Es así que, la prohibición del uso de la fuerza admite únicamente dos excepciones: 1) el uso de la fuerza en caso de legítima defensa (art. 51, ONU), y 2) las acciones ejercidas por el Consejo de Seguridad para mantener o restablecer la paz y la seguridad internacionales (art. 42, ONU).

Los fundadores de la Organización otorgaron la responsabilidad primordial de mantener la paz y la seguridad internacionales al Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas (CSONU). El Consejo de Seguridad tiene la máxima responsabilidad en el mantenimiento de la paz y la seguridad internacionales, así como investigar toda controversia o situación susceptible de conducir a una fricción internacional o alguna situación que pueda dar origen a un conflicto. En cumplimiento de esta responsabilidad, el

Consejo puede establecer una misión de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas, este determina cuándo y dónde se debe desplegar una operación de mantenimiento de la paz de Naciones Unidas.

Las misiones de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas se despliegan sobre la base de los mandatos del Consejo de Seguridad. Sus tareas difieren de una situación a otra, en función de la naturaleza del conflicto y de los desafíos específicos que presenta. Se establece una operación de mantenimiento de la paz tras haberse cumplido una serie de pasos y se da una resolución la cual determina el mandato de la misión, así como su importancia y magnitud. Éste supervisa de forma permanente la labor de las operaciones, lo que incluye la elaboración de informes periódicos por parte de la Secretaría General y la celebración de sesiones especiales dedicadas a examinar el trabajo de operaciones específicas.

El Consejo de Seguridad puede someter a votación la ampliación, modificación o expiración de mandatos según lo estime apropiado y benéfico y puede ejercer las funciones de administración fiduciaria de la Organización en zonas estratégicas como se menciona en los artículos 26 y 83 de la Carta de las Naciones Unidas, que puede establecer un sistema de regulación de los armamentos de cada una de las Naciones que están dentro de la ONU.

Muñoz (2002) menciona que las decisiones del Consejo de Seguridad se pueden dividir en cuatro de acuerdo a su naturaleza jurídica, las cuales son las recomendaciones a las partes en una controversia; las recomendaciones a la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (AGONU); las decisiones de carácter obligatorio para todos los Estados miembros, y las decisiones administrativas internas.

Otro órgano importante es la Asamblea General pues esta desempeña una función fundamental en la financiación de las operaciones de mantenimiento de la paz. Aunque normalmente no interviene de

forma directa en las decisiones políticas sobre el establecimiento o la finalización de las operaciones, esta sí tiene una función clave su financiación de las operaciones de mantenimiento de la paz. Todos los Estados Miembros comparten los costos de las operaciones de mantenimiento de paz de Naciones Unidas, además supervisa el desempeño de Mantenimiento de la Paz de las Naciones Unidas a través de su Comité Especial de Operaciones de Mantenimiento de la Paz.

Las Naciones Unidas no tienen su propia fuerza militar, sino que dependen de las aportaciones de los Estados Miembros. Además de mantener la paz y la seguridad, de acuerdo a información de la ONU las fuerzas de paz se encargan también de ayudar en los procesos políticos, la reforma de los sistemas judiciales, la capacitación de las fuerzas de encargadas del cumplimiento de la ley y la policía, el desarme y la reintegración de ex combatientes, el apoyo al retorno de los desplazados internos y los refugiados.

Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz (DOMP)

El Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz (DOMP) tiene como responsabilidad principal dar asistencia a los Estados Miembros a mantener la paz y la seguridad internacionales, se encarga de dirigir las operaciones y trabaja para crear las condiciones adecuadas para una paz estable en un país en el que se presente un conflicto.

De acuerdo a Muñoz (2002) las operaciones de mantenimiento de la paz no aparecen explícitamente previstas en la Carta de las Naciones Unidas y menciona que éstas encuentran su marco de legitimidad en las atribuciones generales del Consejo de Seguridad, referentes al mantenimiento y restablecimiento de la paz y seguridad internacionales.

Es decir que la Carta de la ONU no contiene estatutos que especifiquen las tareas que se efectuaran durante las OMP y los llamados cascos azules (peacekeepers, blue helmets o casques bleus).

Entonces ¿que son las OMP y cuales son sus funciones? La diversidad de acciones y operación que han realizado dificulta establecer un concepto, sin embargo hay declaraciones que constituyen una aproximación conceptual acerca de la razón de ser de las mismas y las tareas que realizan.

Rosas (2007) nos dice que la ONU las define como una operación que involucra personal militar, pero sin poder de aplicación (power enforcement) para ayudar a mantener o restaurar la paz y la seguridad internacionales en zonas de conflicto.

Así mismo Rosas (2007) nos señala que la Academia Internacional de la Paz establece que las tareas de las operaciones de mantenimiento de la paz son “la prevención, la contención, la moderación y la terminación de las hostilidades entre estados o en el interior de los mismos, por medio de la mediación pacífica de un tercero, organizada y dirigida internacionalmente, utilizando fuerzas multinacionales de soldados, policías y civiles para restaurar y mantener la paz”.

A grandes rasgos se pueden distinguir tres grandes etapas en la historia de las Operaciones de Mantenimiento de la Paz (Rosas, 2007):

1) de 1948 a 1988; esta etapa se le llamo las OMP clásicas o tradicionales ya que consistieron inicialmente en fuerzas de observadores únicamente.

2) de 1988 a 1998; la cual se desarrolló en el marco del fin de la guerra fría y en los primeros años de la posguerra fría, las OMP fueron complejas y multidimensionales. En esta época las metas del mantenimiento de la paz estaban limitadas inicialmente a mantener el alto el fuego y estabilizar situaciones sobre el terreno, dando un apoyo crucial a los esfuerzos políticos para resolver el conflicto por medios pacíficos. Esas misiones estaban compuestas por observadores militares desarmados y tropas ligeramente armadas, que desempeñaban principalmente funciones de vigilancia e información.

3) de 1998 hasta hoy; se caracteriza por observarse un retiro de las grandes potencias, luego de los fracasos y las críticas a su incapacidad para actuar como cascos azules imparciales y eficientes.

Una operación de mantenimiento de la paz está integrada por personal militar, policial y civil, que trabaja para proporcionar seguridad y apoyar la consolidación de una paz política en una etapa inicial.

Las actividades de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas se rigen por tres principios básicos:

Consentimiento de las partes;

Imparcialidad;

No uso de la fuerza, excepto en legítima defensa y en defensa del mandato.

Entre otras actividades pueden mencionarse las siguientes: prevención de conflictos y mediación, establecimiento de la paz, imposición de la paz y consolidación de la misma.

Los orígenes del Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz (DOMP) se remontan a 1948, con la creación de las primeras misiones hasta fines de la década de los 80's, las operaciones de mantenimiento de la paz (OMP) se ejecutaban por conducto de la Oficina de Asuntos Especiales de las Naciones Unidas. El DOMP se creó oficialmente en 1992, año en que Boutros Boutros-Ghali asumió el cargo de Secretario General de las Naciones Unidas.

El Organismo de las Naciones Unidas para la Vigilancia de la Tregua (ONUVT) y el Grupo de Observadores Militares de las Naciones Unidas en la India y el Pakistán (UNMOGIP) fueron las primeras dos misiones desplegadas por las Naciones Unidas. La primera operación de mantenimiento de paz armada fue la Primera Fuerza de Emergencia de las Naciones Unidas (FENU I), desplegada con éxito en 1956 para responder a la crisis del Canal de Suez.

La Misión de las Naciones Unidas en el Congo (ONUC), iniciada en 1960, fue la primera misión a gran escala que dispuso de un contingente de casi 20,000 soldados durante su momento más activo. Desde entonces las Naciones Unidas han desplegado en distintas partes del mundo 69 operaciones de mantenimiento de la paz, 56 de ellas desde 1988. A lo largo de los años, han participado en estas operaciones cientos de miles de efectivos militares, así como decenas de miles de policías de las Naciones Unidas y civiles de más de 120 países.

En el año 2000 las Naciones Unidas iniciaron un ejercicio de análisis de sus experiencias en el mantenimiento de la paz e introdujeron una serie de reformas para fortalecer su capacidad de gestionar y sostener operaciones sobre el terreno. En marzo de 2000, el Secretario General el Sr. Kofi A. Annan de Ghana, designó el Grupo sobre las Operaciones de Paz de las Naciones Unidas, este grupo especial se dedicó a evaluar las deficiencias del sistema de las operaciones de paz existentes en ese momento y hacer recomendaciones específicas y realistas para el cambio. El Grupo estuvo integrado por personas con experiencia en la prevención de los conflictos, el mantenimiento de la paz y la consolidación de la paz. En el documento resultante de esta iniciativa, conocido como “Informe Brahimi” (2000), en honor a Lakhdar Brahimi, Presidente del Grupo, se exhortaba a:

un compromiso político renovado por parte de los Estados Miembros;

un cambio institucional significativo;

un mayor apoyo financiero.

El Grupo señaló que, con el fin de que fueran eficaces, se debía dotar a las fuerzas de paz de las Naciones Unidas con los recursos y equipos adecuados, y que debían operar bajo mandatos claros, convincentes y viables.

A raíz del informe Brahimi, los Estados Miembros y la Secretaría de las Naciones Unidas continuaron realizando importantes reformas. Un nuevo programa de colaboración: definición de un nuevo horizonte para la labor de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas (2009) y sus informes No. 1(2010) y No.2 (2011) los cuales evalúan los principales problemas en materia de política y estrategia que se plantean a las operaciones de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas en la actualidad y para los próximos años. El principal cambio estructural resultante de la reforma del mantenimiento de la paz tuvo lugar en 2007. Para fortalecer la capacidad de las Naciones Unidas de gestionar y mantener nuevas operaciones, el Secretario General llevó a cabo una reestructuración del Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz (DOMP). Se creó el Departamento de Apoyo a las Actividades sobre el Terreno (DAAT), se reforzaron los apoyos de las actividades en el DOMP y se aumentaron los recursos en ambos departamentos y en otras partes de la Secretaría relacionadas con el mantenimiento de la paz.

Las actuales operaciones multidimensionales de mantenimiento de la paz siguen facilitando procesos políticos, protegiendo a civiles, ayudando en el desarme, la desmovilización y la reintegración de ex combatientes; apoyando la organización de procesos electorales, protegiendo y promoviendo los derechos humanos y ayudando a restablecer el estado de derecho de acuerdo a información proporcionada por la ONU.

Establecimiento de una operación de mantenimiento de la paz (OMP).

El Consejo de Seguridad es el responsable de decidir acerca del despliegue de una nueva operación de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas en algún país. Esta decisión se adopta tras haberse cumplido una serie de pasos.

En la fase inicial, el Secretario General puede solicitar una evaluación estratégica para identificar todas las opciones posibles de participación de las Naciones Unidas. Después, la Secretaría General

acostumbra a desplegar una misión de evaluación técnica en el país o territorio en que se prevé el despliegue de operación de mantenimiento de la paz, si las condiciones de seguridad lo permiten. Sobre la base de las conclusiones y recomendaciones de la misión de evaluación, el Secretario General emite un informe al Consejo de Seguridad.

En base a lo anterior el Consejo de Seguridad determina el despliegue de una operación de mantenimiento de la paz, si es la opción más viable, la autoriza formalmente mediante la adopción de una resolución.

La resolución establece el mandato y alcance de la operación, y detalla las tareas que se encargará de realizar. A continuación el presupuesto y los recursos se someten a la aprobación de la Asamblea General. El Secretario General presenta informes periódicos al Consejo de Seguridad sobre el cumplimiento del mandato de la misión. El Consejo de Seguridad examina esos informes y resúmenes, actualiza y ajusta el mandato de la misión, según sea necesario, hasta que finaliza o se cancela.

Operación Actual

Actualmente el Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz mantiene: 16 Misiones en curso. El total de Misiones en curso dirigidas por el se podría decir que son 17, ya que además de las operaciones de mantenimiento de la paz, dirige una misión política: la Misión de Asistencia de las Naciones Unidas en Afganistán (UNAMA) ONU

Personal de las Misiones Actuales:

Personal uniformado (al 31 de agosto de 2014) : 97.655

Soldados: 84.474

Policías: 11.460

Personal militar: 1.721

Personal civil (al 31 de julio de 2014): 16.961

Personal civil internacional: 5.247

Personal civil local: 11.714

Voluntarios de la ONU (al 31 de agosto de 2014): 1.824

Número total de personas que prestan servicio en las 16 operaciones de mantenimiento de la paz:
116.440

Número total de personas que prestan servicio en las 17 operaciones de paz dirigidas por el DOMP:
116.692

Países que aportan contingentes de personal uniformado: 122

Total de víctimas mortales en las operaciones actuales: 1.492

Total de víctimas mortales en todas las operaciones de paz desde 1948: 3.263

En suma y de acuerdo con la información oficial publicada por el CSONU al 31 de agosto del 2014, las Operaciones de Mantenimiento de la Paz cuentan con un total de 97,947 efectivos, de los cuales 11,465 son oficiales de policía, 1,739 son expertos y observadores militares, finalmente, 84,743 efectivos son tropas militares y respecto al continente americano, se reportan las siguientes cifras sobre el número de efectivos que aportan diferentes países:

Argentina: 871,

Bolivia: 227,

Brasil: 1,685,

Canadá: 118,

Chile: 584,

Colombia: 26,

Ecuador: 62,

El Salvador: 132,

Estados Unidos: 117,

Guatemala: 305,

Honduras: 50,

Paraguay: 166,

Perú: 396,

Uruguay: 1,815.

PARTICIPACIÓN MEDIANTE EFECTIVOS MILITARES (CASCOS AZULES)

Las OMP se han convertido en una de las medidas fundamentales que el Consejo de Seguridad adopta a fin de contener y controlar un conflicto o una situación crítica para la seguridad internacional, preservando o restableciendo la paz , los integrantes de estas fuerzas supervisan, observan y facilitan los procesos de paz que surgen con posterioridad a las situaciones de conflicto. Las OMP trascendieron en

1988 cuando las fuerzas de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz, comúnmente llamadas “casco azul”, fueron galardonadas con el Premio Nobel de la Paz. Los soldados de las fuerzas de mantenimiento de la paz portan armas, pero en la mayoría de las situaciones solo pueden usarlas en defensa propia o en defensa de la misión misma. El personal militar es aportado voluntariamente por los Estados miembros y financiado por la comunidad internacional.

Pirnie y Simmons (1996) nos mencionan que es importante tener presente que el establecimiento de una OMP por parte del Consejo de Seguridad puede darse a solicitud de un Estado, un grupo de Estados, a propuesta del Secretario General o incluso por decisión propia del Consejo de Seguridad vía una resolución.

En los últimos 20 años la composición de fuerzas representadas en las OMP ha cambiado notablemente.

Luck (2007) nos menciona que en 1993, los cuatro países que más contribuían con soldados procedían de países desarrollados (Francia, Reino Unido, Canadá y Holanda), y que diez años después los 10 principales países que contribuyen con más soldados son los países en desarrollo.

Bourne (2005) menciona que en el Servicio de Investigación del Congreso de Estados Unidos al 31 de enero del 2005, había 428 estadounidenses entre los 65,050 soldados totales de los países que contribuyeron tropas en aquellos años, es decir menos de 1% en total.

Los gráficos siguientes muestran por un lado, los 10 principales contribuyentes a nivel internacional al presupuesto de las Operaciones de Mantenimiento de la Paz en el periodo 2014 – 2015 (ver tabla 1 y grafica 2) así como las contribuciones de los 10 países latinoamericanos para el presupuesto antes mencionado (ver tabla 2 y grafica 3).

De igual manera se muestra los países latinoamericanos que aportan un contingente de elementos para las OMP, entre policías, militares expertos en Misión de Naciones Unidas y tropas. Cabe recalcar que los datos están actualizados al 2015 (tabla 3 y grafica 4).

El personal militar de las Naciones Unidas procede de más de 110 países, y como sabemos se dedica a la estabilidad de las misiones en el mundo, trabajan junto con la policía local del país en que se haya establecido la misión y cooperan con otras entidades militares. Tal y como lo manifiesta la ONU su principal mandato es la protección de civiles. Todo personal que trabaja como casco azul es miembro de su propio ejército nacional y posteriormente adscrito a trabajar con la ONU por periodos de hasta un año o dos.

Como se ha indicado la evolución de las OMP ha sido complicada, aun así han tenido operaciones exitosas en Centroamérica, Camboya, Namibia, Mozambique, etc. Estos éxitos se pueden atribuir en parte a la concepción expansionista de la paz y la seguridad internacionales, sin embargo estos éxitos se han visto eclipsados por diversos eventos pues debemos recordar que los Cascos Azules no siempre han tenido el mejor prestigio, la década de los noventa fue negra para la reputación de la ONU y de los cascos azules no sólo por las matanzas que hubo sino por los crímenes cometidos por los propios soldados, los abusos sexuales de los cascos azules en África, fueron documentados por diversas instancias. Una de ellas fue un equipo de investigación organizado por Gracias Machel, con el informe titulado Impacto del conflicto armado en la niñez (1993), mejor conocido como el Informe Machel, poco

después el Instituto de Investigaciones para el Desarrollo Social de la ONU denunció la explotación sexual de mujeres y niñas en Camboya y la organización African Rights en 1993 preparó el informe de 40 páginas titulado Abusos por las fuerzas de Naciones Unidas. Este documento detalla diversos crímenes (tortura psicológica, robos, atropellos deliberados con vehículos) realizados por miembros de los cascos azules.

Los cascos azules han recibido críticas muy severas por sus actuaciones contrarias a los derechos humanos. En el 2006 Kofi Annan pidió que en las OMP se implementara una política de “tolerancia cero” frente a abusos sexuales. Sin embargo, en 2007 integrantes de cascos azules fueron acusados de explotar sexualmente a habitantes de Haití. Fueron sustituidos por 600 soldados mujeres. Ese mismo año la ONU se vio obligada a abrir una investigación sobre abusos sexuales en Costa de Marfil cometidos presuntamente por sus cascos azules.

Países en desarrollo (Caso Latinoamérica)

La participación militar de grandes potencias en OMP, ha sido una pieza clave para el apoyo de la resolución de conflictos debido a la estructura y armamento militar vanguardista que poseen, sin embargo, los países en desarrollo, tal es el caso de los latinoamericanos, han intervenido en una serie de operaciones con el propósito de incrementar su participación a nivel internacional.

En el caso Argentina, los primeros envíos de apoyo militar pasaron de ser en el año de 1989 de 30 soldados de paz a 3,000 en 1995, lo cual nos muestra un desmedido incremento de más del 1000% en solo 6 años. La participación de cascos azules en este país llegó a ser de 14,000 en diferentes misiones, lo cual lo convirtió en el principal contribuyente latinoamericano en la ONU durante el periodo de 1992 a 1996.

Argentina tuvo efectos tanto internos como externos, ya que para 1987, contaba con una serie de revueltas internas que mantenían un desequilibrio entre civiles y tropas debido a la mala participación de sus elementos militares, por esta razón, se les realizó un recorte de presupuesto a los soldados de dicho país lo cual provocó un gran descontento entre ellos.

Las fuerzas militares en el país se encontraban por demás apáticas, en primera instancia, los soldados argentinos no contaban con un sueldo digno, el cual les permitiera llevar una calidad de vida adecuada a su grado de ocupación, en segunda instancia, no contaban con una buena capacitación en materia militar, por lo que su trabajo era escaso y no les permitía desarrollarse en misiones de su competencia.

Es por ello, que el incremento de envío de participantes de paz en misiones de la ONU, tenía dos fines: el primero de ellos, mejorar la situación interna, ya que tanto soldados como civiles podían ser enviados, de ésta manera la participación de fuerzas armadas pasó a ser más capacitada y eficiente. Segundo, Argentina no solamente sentía la necesidad de una mejora interna, su interés se inclinaba hacia un acercamiento y alineación hacia Estados Unidos, ya que las tres primeras misiones en las que participó fueron como apoyo hacia nuestro país vecino.

Además de este último interés, el incremento de participantes en Argentina tuvo un evidente aumento, debido a que la ONU, brinda un incentivo de mil dólares por soldado enviado, este incentivo provocó que tanto civiles como soldados argentinos elevaran el número de solicitudes para participar en las misiones a razón de los sueldos relativamente bajos de las fuerzas militares argentinas.

En el caso de Uruguay, quien participaba como miembro observador para el año de 1950, comenzó sus intervenciones militares en misiones de Paz en el año de 1992, durante el conflicto suscitado en Camboya. Para el año 2003, este país se había convertido en el principal contribuyente per cápita de las

operaciones de paz de la ONU, ya que el número de soldados tuvo gran incremento de 100 soldados en 1982, a 2,486 en 2004, con participación en más de 18 misiones a nivel mundial.

La participación de este país fue similar al argentino, sin embargo, en comparación con este último que enviaba tanto a soldados como civiles a dichas misiones, en Uruguay, solamente podían ser enviados miembros activos del ejército y tropas miliares, debido a que la capacitación y enteramientos que reciben los soldados de paz durante misiones son de un alto nivel de especialización y capacitación, por lo que a Uruguay le convenía contar con tropas capacitadas dentro de sus organizaciones militares.

De manera similar que en Argentina, los incentivos recibidos por la ONU, creaban un alza en cuanto a las solicitudes presentadas para la participación en misiones de mantenimiento de paz. A pesar de ello, a este país no solamente le interesaba la retribución monetaria, sino que contaba con intereses en materia internacional, por un lado, lograr el reconocimiento tanto de la Organización de las Naciones Unidas, como de sus países miembros. Segundo, obtener una capacitación de calidad para sus tropas militares que les permitiera hacer frente a situaciones de conflicto tanto en el interior, como en el exterior del país.

Estos dos ejemplos de envíos de cascos azules, nos muestran como de manera positiva les ha favorecido a estos países latinoamericanos su participación en la ONU, tanto a nivel interno, como a nivel internacional. Por una parte, Argentina logro estabilizar su situación interna económica y socialmente, y en cuanto al ámbito internacional, logro colocarse como un aliado activo de Estados Unidos.

Para Uruguay, la participación en estas misiones, le favoreció al obtener el reconocimiento de sus tropas militares tanto al interior del país, así como a nivel internacional, debido al reciente cambio de régimen político, tras pasar de una dictadura militar a una democracia, lo cual había provocado el debilitamiento de las fuerzas armadas uruguayas. De igual manera que Argentina, Uruguay incremento su presupuesto

militar gracias a los incentivos otorgados por la ONU tras la participación de sus soldados, lo cual reforzó su situación interna entre civiles y militares tanto económicamente como militarmente.

Podemos mencionar otra de las intervenciones positivas que han tenido los cascos azules en conflictos armados, comandados por Perú, otro de los países que ha tenido gran participación en dichas misiones. Su primera intervención fue en Líbano 1958, a partir de este año, incrementaron el envío de fuerzas militares como cascos azules.

Perú ha destacado en sus participaciones por diferentes razones, la primera, durante el conflicto suscitado en medio oriente, la situación interna del país pasaba por dificultades económicas, sociales, de inseguridad y sobre todo una inestabilidad política; sin embargo, a pesar de todos estos conflictos, no retiraron su apoyo hacia la ONU. Actualmente, cuentan con 404 militares en ocho operaciones de paz, tales como Sahara, Haití, el Congo, Sudán, Costa Marfil y Liberia.

Existen dos tipos de conflictos, aquellos que se dan entre diferentes países, cualesquiera que sean las razones que lo provoquen, y los conflictos internos de un país, tal es el caso actual de Haití, debido al golpe de Estado. Es por ello que en Perú, existe un cuestionamiento interesante, en el cual se considera que deben ser precavidos al momento de participar en misiones de paz, debido a que en conflictos internos podrían verse afectados dependiendo del punto de vista de sus ciudadanos y el mismo gobierno.

Cualquiera que sea la misión y las dificultades por las que pase el país, Perú ha logrado efectos positivos por sus participaciones a nivel mundial, tales como la inclusión a tratados de carácter internacional como la “Alianza del Pacífico” y el “Acuerdo Transpacífico de Libre Comercio”, los cuales le han dotado de reconocimiento y mayor participación.

En estos tres países de Latinoamérica, las misiones de mantenimiento de la paz en las cuales han participado, les han dotado de efectos positivos tanto al interior, como al exterior de su nación. Sin

embargo, existen participaciones las cuales no han sido benéficas, tal es el caso actual de los países como Francia y Nigeria afectados por yihadistas debido a la intervención de miembros de mantenimiento de la paz en dicha región.

Es por ello que los países deben ser cautelosos al momento de intervenir en misiones de paz, debido a que el riesgo que representa puede ser perjudicial no solo para sus elementos participantes, sino para los ciudadanos del mismo país.

PARTICIPACION DE MEXICO EN LA ONU

En el caso de México, que es miembro de la ONU desde 1945 y ha sido uno de los Estados más activos de la sociedad internacional en cuestión de paz y seguridad, es uno de los 51 Miembros fundadores de la Organización de las Naciones Unidas. La delegación mexicana estuvo representada por Ezequiel Padilla, Manuel Tello y Francisco Castillo Nájera, quienes firmaron la "Carta de las Naciones Unidas" el 26 de junio de 1945 y el 7 de noviembre de ese mismo año fue admitido a la ONU. Antes de esto México discutió amplias iniciativas relacionadas a las propuestas hechas en Dumbarton Oaks con los países latinoamericanos en la Conferencia Interamericana sobre Problemas de la Guerra y de la Paz, también conocida como Conferencia de Chapultepec en 1945. Posteriormente, en la Conferencia de San Francisco, México formó parte de un grupo especial de diez países para llevar adelante los trabajos para elaborar los reglamentos y las funciones de los distintos órganos (ONU, Centro de Información)

México ha participado constantemente en la ONU lo que le ha permitido mantenerse dentro de ella. Muñoz (2002) menciona que históricamente nuestro país ha sido un importante actor en los esfuerzos de la comunidad internacional por alcanzar acuerdos de desarme. Si bien es cierto que fue el principal promotor del Tratado de Tlatelolco de 1967, el cual creó la única zona libre armas nucleares en el

continente Americano y en 1982 al ex -embajador Alfonso García Robles se le otorgo el Premio Nobel de la Paz por sus diversas contribuciones como negociador al desarme nuclear.

En cuanto a Derechos Humanos, apoyó medidas de presión en contra del apartheid en Sudáfrica, y ha participado en más de 55 instrumentos jurídicos relativos a los derechos humanos y en la Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas. De la misma manera convocó junto con otros seis países a la Cumbre Mundial en favor de la Infancia. México, ha apoyado ante la ONU a los trabajadores migratorios, impulsando iniciativas tales como la "Convención Internacional sobre la Protección de Derechos de todos los Trabajadores Migratorios y de sus Familiares"³⁷ de 1990 y la creación de la figura de un "Relator Especial para Migrantes" y también ha participado activamente ante el Alto Comisionado de Derechos Humanos desde su creación en 1993, apoyando la adopción de resoluciones relativas a la abolición de la pena de muerte, la protección de trabajadores migrantes y las minorías. En cuestión de Seguridad, nuestro país, ha formado parte del Consejo de Seguridad en tres ocasiones. Primero en 1946, representado por Alfonso de Rosenzweig Díaz, Luis Padilla Nervo y R. Córdova. El segundo período que ocupó México en el Consejo de Seguridad fue de 1980-1981, representado por Porfirio Muñoz Ledo. México fue elegido el 8 de octubre de 2001 para un tercer período del 1 de enero de 2002 al 31 de diciembre de 2003. La última vez que ha ocupado un puesto, por cuarta ocasión fue en 2009-2010.

Si bien nuestro país ha participado en diferentes escenarios dentro de la ONU, solamente tres ocasiones han sido en mantenimiento de misiones de paz. La primera de ellas en 1949, durante la con el propósito de monitorear la situación presentada en Cachemira, a raíz de la disputa entre Pakistán y la India, la segunda en 1991, en el Salvador, donde se enviaron 120 tropas armadas para monitorear el proceso de paz en dicho país, y la tercera, en 1999, con la participación del Instituto Federal Electoral como observador en las elecciones del Timor Oriental.

Marco Jurídico

Rabasa (2005) apunta que los principios de política exterior plasmados a nivel constitucional, “permiten definir los códigos de conducta que un Estado habrá de cumplir en su comportamiento exterior”. Asimismo, aclara que: “Esos principios no son la política exterior, pero sí son uno de sus elementos fundamentales”. Y agrega enseguida: “No bastan, pero proporcionan el marco de referencia para determinar, en ese contexto, objetivos, estrategias, intereses e instrumentos.”

Nuestro país es miembro perteneciente al Comité Especial de las Operaciones de Paz en el mundo, el cual se estableció en el año de 1965, por medio de la resolución 2006, con la finalidad de analizar situaciones de mantenimiento de la paz. Sin embargo, nuestro país no cuenta con una política exterior que le permita la intervención de sus cuerpos militares en conflictos mundiales, ya que dentro de nuestra política exterior, existe un apartado que sanciona la no intervención en los asuntos internos de otros países, debido a que considera que este tipo de acciones podría cruzar la línea del intervencionismo.

Dentro del marco jurídico mexicano, el artículo 76, fracción III de la Constitución Política Mexicana, establece lo siguiente:

“Artículo 76. Son facultades exclusivas del Senado: ...

III. Autorizarlo también para que pueda permitir la salida de tropas nacionales fuera de los límites del País, el paso de tropas extranjeras por el territorio nacional y la estación de escuadras de otra potencia, por más de un mes, en aguas mexicanas.”

Internacionalmente es bien conocido el principio de la autodeterminación de los pueblos. Es así que el Diccionario Jurídico Mexicano establece que : “El principio de la autodeterminación de los pueblos tiene sus orígenes en diversos instrumentos de carácter legal, que la propia humanidad ha ido generado en la conformación de los lineamientos de lo que hoy se conoce como Estados y/o Naciones, como la

Declaración de la Independencia de los Estados Unidos 1776; la Constitución del mismo país, de 1787; la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, en Francia en 1789, entre otros”.

Anaya (1996) menciona que es un criterio para determinar el grado de legitimidad de las instituciones gubernamentales, es un principio configurativo o marco complementario de los derechos humanos más específicos.

Así mismo, México cuenta con el principio de “No Intervención”, establecido en el artículo 89 fracción X, de la Constitución Política, el cual establece:

“Artículo 89, Las facultades y obligaciones del Presidente, son las siguientes:...

X. Dirigir la política exterior y celebrar tratados internacionales, así como terminar, denunciar, suspender, modificar, enmendar, retirar reservas y formular declaraciones interpretativas sobre los mismos, sometiéndolos a la aprobación del Senado. En la conducción de tal política, el titular del Poder Ejecutivo observará los siguientes principios normativos: la autodeterminación de los pueblos; la no intervención; la solución pacífica de controversias; la proscripción de la amenaza o el uso de la fuerza en las relaciones internacionales; la igualdad jurídica de los Estados; la cooperación internacional para el desarrollo; el respeto, la protección y promoción de los derechos humanos y la lucha por la paz y la seguridad internacionales;”

El principio de No Intervención implica: “...la obligación que tiene todo Estado o grupo de Estados, de no inmiscuirse ni interferir, directa o indirectamente y sean cuales fuere el motivo y la forma de injerencia, en los asuntos internos o externos de los demás Estados”³⁹.

A través de este principio, se establece que las tropas armadas de nuestro país, no pueden tomar una posición beligerante en situaciones de conflictos externos, se ha mencionado que la participación de México con militares en las OMP viola el principio de no intervención en otros países y que con ello se violan los principios de política exterior mexicana.

De aquí, el artículo 2, numeral 7, de la Carta de las Naciones Unidas que establece:

“Ninguna disposición de esta Carta autorizará a las Naciones Unidas a intervenir en los asuntos que son esencialmente de la jurisdicción interna de los Estados, ni obligará a los Miembros a someter dichos asuntos que son esencialmente de la jurisdicción interna de los Estados, ni obligará a los Miembros a someter dichos asuntos a procedimientos de arreglo conforme a la presente Carta; pero este principio no se opone a la aplicación de las medidas coercitivas prescritas en el Capítulo VII”.

En caso de que nuestro país envíe participantes a misiones de paz, se tendrían que analizar , ya que existen dos tipos de conflictos, aquellos en los que existe disputa entre diferentes países, y los conflictos internos de un país, México podría participar en este último caso, sin caer en falta hacia las leyes, debido a que en este tipo de controversias, si el país está de acuerdo en la intervención de terceros, se puede participar sin temor a recibir represalias que afecten la integridad de nuestra nación, además de ello, la misma fracción X del artículo 89, de nuestra constitución, establece la cooperación para la lucha por la paz y seguridad internacional , ya que en el 2011 se ampliaron los principios de política exterior del art89, fracción X a los temas de Derechos Humanos , Paz y Seguridad Internacionales así como tareas relacionadas con las Operaciones de Mantenimiento de la paz .

Posición Actual

México se había mantenido al margen en cuanto al tema de participación en operaciones de Mantenimiento de la paz y el año pasado el Presidente de la Republica anuncio la participación de elementos militares en estas operaciones.

El Presidente Enrique Peña Nieto menciona que con esta decisión busca demostrar el compromiso de nuestro país para resolver los conflictos internacionales, diciéndolo de la siguiente manera:

“... mi país está dispuesto a ser parte activa de esta transformación, está decidido a evolucionar con las Naciones Unidas. México apoya y valora las operaciones para el mantenimiento de la paz, instrumento de la ONU que ayuda a los países a superar conflictos y crear condiciones para una paz duradera mediante acciones de reconstrucción y asistencia humanitaria... Por eso México ha tomado la decisión de participar en las operaciones de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas realizando labores de índole humanitaria en beneficio de la población civil. Nuestra participación será atendiendo a un mandato claro del Consejo de Seguridad y estará apegada a los principios normativos de la política exterior. Con esta determinación, México da un paso histórico en su compromiso con la ONU”.

Sin embargo la postura que había mantenido nuestro país tenía una razón. Es bien sabido por diversos internacionalistas que el participar en las operaciones “para el mantenimiento de la paz” de la ONU, es prácticamente decidido unilateralmente por Estados Unidos, y ha tenido con mucha frecuencia un carácter “intervencionista” de este. Lo que la política exterior de nuestro país ha buscado por décadas es evitar conflictos o enfrentamientos internacionales con países con los que México no ha tenido ningún problema.

La Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), en un comunicado oficial menciona que la participación de México en las Operaciones de Mantenimiento de la Paz será gradual, afirmando lo siguiente: “La participación de México en las Operaciones de Mantenimiento de la Paz (OMP) será gradual en

términos cuantitativos y en el tipo de labores en las que se participará. Estas tareas podrán comprender personal militar o civil para la realización de una amplia gama de tareas que involucren a ingenieros, médicos y enfermeros, observadores políticos, asesores electorales y especialistas en derechos humanos, entre otros”. También declaró que la participación de México se llevará a cabo de la siguiente manera: “La participación de nuestro país en las Operaciones de Mantenimiento de la Paz estará supeditada a una autorización expresa y a un mandato claro del Consejo de Seguridad de la ONU, por ser el único órgano facultado para tomar decisiones para el mantenimiento de la paz y la seguridad internacionales”.

Esta decisión no requiere ningún cambio legislativo, pues encuentra su fundamento en los principios normativos de la política exterior contenidos en el artículo 89-X de la Constitución y la Carta de las Naciones Unidas, también es parte del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

Los nuevos principios en la Constitución no entran en conflicto con los que ya existían. Nuestro país tomaba la Doctrina Tello impuesta por el embajador Manuel Tello Barraud, su hijo el embajador Manuel Tello Macías también la defendía y en su cargo de representante de México ante la ONU dijo “no” a la participación de México en el Consejo de Seguridad de la ONU y de las Operaciones de Mantenimiento de la Paz. Sotomayor (2007) nos menciona que Tello fue conocido como el “embajador del no”, pues no solo se opuso a que nuestro país participara en el Consejo de Seguridad en varias décadas sino que además puso a México en una posición de poca credibilidad internacional pues también rechazó los argumentos presentados por Japón y Alemania para ampliar la membresía del Consejo de Seguridad.

Esto aisló al país de una agenda importante de temas de la organización en aquellos años. Por ejemplo en la crisis de Haití la posición de México fue débil con respecto a la de otros países de la región. El argumento principal fue decir que no eran asuntos de interés de México y que dañarían la relación bilateral con Estados Unidos apegado a lo que dictaba la Doctrina Tello. Con la participación de México en el Consejo de Seguridad en los años de 2002-2003 y 2009-2010 se probó que era una visión

equivocada porque el país participó de manera activa con temas que le importaban , impulsó el tema de Estado de Derecho en la agenda del Consejo y no hubo represalias en la relación bilateral.

Ahora en términos de derecho internacional los países que participan en estas operaciones no están interviniendo debido a que las misiones son pedidas por los países en los cuales se despliegan tropas, es decir, los países piden las misiones de la ONU porque carecen de capacidades para resolver sus conflictos o su situación de gobernabilidad , sin embargo cuando el personal que despliega la ONU para estas misiones viola la integridad de los ciudadanos en donde se está prestando la ayuda conlleva repercusiones a los países de donde son miembros estos soldados .

Sin embargo, las operaciones de imposición de la paz (peace enforcement), en las que no necesariamente se tiene el consentimiento de las partes y en las cuales más que mantener la paz se trata de generarla, los riesgos son altos, en especial para los soldados y el personal civil desplegado, es ahí donde la política interna de nuestro país entraría en conflicto y tendría serias dificultades. Es por esto que México debe abstenerse de participar en OMP que busquen la imposición de la paz y, en cambio, involucrarse en OMP clásicas o humanitarias como lo han mencionado.

Como se menciona en el discurso del Presidente Enrique Peña Nieto la intención del gobierno es comprometer a México internacionalmente y seguir con las reformas que se ha propuesto implementar en el país , sin embargo la participación de la ciudadanía en este ámbito es un poco dividida en general con el compromiso adquirido con Naciones Unidas.

Anteriormente en el 2006 el CIDE y el COMECI realizaron una encuesta sobre la opinión pública sobre la política exterior de nuestro país y al evaluar el tema entonces en relación a la participación mexicana en operaciones de mantenimiento de la paz de la ONU era de 49% favorable , mientras que el 43% se oponía a dicha medida y mostraban que el porcentaje de mexicanos que se opone a este tipo de misiones

ha aumentado con respecto a la primera encuesta que realizaron en el 2004 y la última en el 2008 (González, Minushkin y Shapiro, 2006).

Como menciona Velázquez y Schiavon (2008) se supone que en los regímenes democráticos, la opinión pública debe tener una incidencia importante en los procesos de toma de decisiones de las políticas públicas y que lo deseable es que fuera una realidad en nuestro país. También mencionan que en la Ciencia Política, existe un gran debate académico en torno al papel que tiene la opinión pública sobre las políticas públicas y que la conclusión a que se ha llegado es que no existe un acuerdo sobre este punto. , de igual manera en el ámbito de la disciplina de las Relaciones Internacionales los especialistas han discutido ampliamente sobre este tema el papel de la opinión pública en el proceso de toma de decisiones de la política exterior.

Sotomayor (2007) nos menciona que durante los años 2002 y 2003 no faltó voluntad institucional para inducir un cambio en la opinión pública acerca de la política exterior mexicana ya que la SRE abrió un debate sobre la participación en operaciones de paz de la ONU.

Podemos decir que en México, el interés de la población en los asuntos exteriores ha aumentado en los últimos años, como lo demuestran las encuestas “México y el mundo” mencionadas anteriormente, sin embargo, la opinión del público en general sigue teniendo poca influencia en el tema de política exterior de nuestro país. Los empresarios, el congreso, los partidos políticos y algunas organizaciones no gubernamentales e instituciones académicas han aumentado su participación en esta materia, puesto que es visible que en la actualidad lo que busca el Presidente de nuestro país es eliminar ese déficit en cuanto al compromiso con la paz internacional , paradójicamente lo hecho anteriormente parece ser no suficiente y que en la actualidad el criterio para determinar el grado de compromiso con la paz internacional está medido en términos de número de efectivos militares desplegados en misiones de paz.

En nuestro país esto ha sido un rezago notable, es por eso hoy la actual postura del gobierno mexicano cambiar esto, sobre todo si se contrastaba con los demás países latinoamericanos, por esta razón cuando se realizaron una serie de reformas en el 2005 de la ONU y se creó en el 2006 la Comisión de la Consolidación de la Paz de Naciones Unidas nuestro país quedó excluido de pertenecer a esta, pues hasta ese día no había contribuido con cascos azules. Muchos son los países que contribuyen con tropas y pocos los que se abstienen de enviar soldados como México.

En el caso de nuestro país, no contamos con personal militar en el Departamento de Operaciones de Paz de la ONU ni existen agregados militares en las distintas Sedes de las Naciones Unidas (Nueva York, Ginebra y Viena); es decir, no tenemos representación militar alguna.

Es por ello que la participación de cascos azules mexicanos en operaciones de mantenimiento de la paz, debe ser analizada previamente al envío de tropas, se debe considerar la situación actual de México para que no entre en conflicto con los Tratados Internacionales de los que es parte, se debe considerar cuál sería el impacto por dicha participación, además de ello, revisar si la intervención no violenta el marco jurídico mexicano, considerar si los países en conflicto están de acuerdo con intervención mexicana, de lo contrario podría traernos grandes afectaciones no solo a nivel internacional, sino al interior de nuestro país, ya que esto podría causar repercusiones de las cuales México sea parte, tal es el caso de la actual misión MINUSMA, en donde se ha presentado el asesinato de más 90 cascos azules, así como la desaparición de 43 cascos azules en Siria, es por ello que la decisión de nuestro país de enviar elementos al mantenimiento de la paz, debe ser cautelosa, tanto para el mantenimiento de nuestras relaciones externas, como del mismo país.

El tema más sensible y problemático de México es la participación en operaciones de paz, donde la postura militar es difusa (Arrellano citado por Sotomayor, 2007), la Marina Armada de México posee exposición internacional y es mucho más favorable a la participación en misiones de paz, se menciona

que existe un plan para permitir el despliegue de marinos hacia el exterior en apoyo a las Naciones Unidas. Nos menciona el autor que la Secretaria de Defensa Nacional se oponía, alegando que su misión principal es velar por la seguridad nacional y en su marco jurídico no contempla la autorización de sus unidades para ese tipo de operaciones. Esta postura dividida es lo que ha llevado a lo que vivimos actualmente, la razón por la cual desde varios sexenios antes se venía hablando sobre la posibilidad de involucrarnos en este tipo de misiones; este proceso en caso de que se lleve a cabo debe estar bien estructurado, la eventual participación en las misiones de paz debe estar bien canalizada.

La conveniencia de que México participe en las operaciones de paz y que pueda hacer frente a las nuevas amenazas a la paz y la seguridad es importante ya que existen nuevas reglas internacionales. Anteriormente ya el Senado de nuestro país había enviado tropas en diversas ocasiones, por ejemplo, la salida del Ejército y Marina para asistir en desastres naturales como en el terremoto en Haití. La solicitud de México de ser integrado a una Operación de Mantenimiento de Paz es una acción de política exterior que se puede considerar facultad del presidente.

Esta noticia que hizo nuestro gobierno debe analizarse también de la siguiente manera y hacer una reflexión, pues al concretarse el hecho de que participemos en operaciones de mantenimiento de la paz el propósito de nuestro gobierno también es el participar como miembro no permanente del Consejo de Seguridad en el periodo 2020-2021 del cual ya se ha presentado la candidatura de nuestro país desde el año pasado, reafirmando su compromiso con el Organismo Internacional. Sin duda, la decisión anunciada en la ONU por nuestro Presidente en turno fue previamente consultada con las Secretarías de Defensa y Marina en las cuales el tema de las relaciones con el exterior se ha modificado a partir de experiencias adquiridas durante los años del gobierno del Ex presidente Felipe Calderón.

México es uno de los pocos países del continente americano, del G20 (junto a Arabia Saudita) y de la OCDE (junto a Israel) que no aportaban contingente militar a las Operaciones de Mantenimiento de la

Paz. Cabe mencionar que Arabia Saudita e Israel tienen motivos político-religiosos para negar su participación en estas, pero México, no.

Ahora es necesario que nos hagamos una pregunta importante ¿con qué objetivo se incorpora México a las Operaciones de Mantenimiento de la Paz?, pues hasta el momento la argumentación de la Secretaría de Relaciones Exteriores no ha sido muy clara. Para los que han apoyado la medida desde los sexenios anteriores argumentan que esto permitiría a México posicionarse mejor en el escenario internacional y en la región. Se supone que este tipo de acciones ayudaría en manera positiva al país, ayudando al ejercito que tenemos a cambiar y a obtener mejores resultados, sin embargo la situación no es tan sencilla, por ejemplo, anteriormente México coopero con este tipo de misiones las dos primeras fueron aportando observadores militares; por un lado, en el conflicto de los Balcanes que tuvo lugar entre 1947 y 1950; por otro lado, en Cachemira durante 1949. Para la operación antes mencionada, México envió cuatro jefes y dos oficiales del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos. La tercera participación tuvo lugar en El Salvador entre 1992 y 1993, para la cual México aportó de 4 policías en delante aproximadamente de acuerdo a información proporcionada por la ONU en esta misión establece que las cifras variaron de acuerdo a la rotación de personal, esta última acción ampliamente aceptada por El Salvador ya que reconoció a México en la mediación y los buenos oficios internacionales que realizo (Ortiz 2006) y en la comunidad internacional nuestro país fue reconocido de igual manera , lo que nos dice que las relaciones entre ambos países se fortalecieron y obtuvimos una mejor imagen en el mundo , pero sigue existiendo la duda si esta decisión tomada actualmente nos beneficiara o perjudicara ya sea a mediano o a corto plazo .

La SRE nos menciona que México participará en labores humanitarias que realice la ONU , anteriormente ya habíamos participado en este tipo de labores , durante el año 2004, a la República de Indonesia cuando se vio afectada por un tsunami, la SRE y la Secretaría de Marina (SEMAR) apoyaron

al gobierno del país afectado, otra operación de este tipo fue a Estados Unidos después del paso del huracán Katrina en 2005, así que esta afirmación que hace nuestro gobierno sobre la manera en que participaremos en la Operaciones de la ONU no es nueva ni se empezara a implementar ahora , ya que desde el 2005 ya se había empezado a realizar , sin embargo en los sexenios anteriores no hubo una respuesta a favorable para formar parte de esta actividad , podemos ver que este tipo de acciones se han ido realizando gradualmente y que las decisiones de política exterior en nuestro país están fuertemente ligadas con la proyección del mismo hacia el mundo .

En febrero del año en curso Juan Sandoval Mendiola, director general para la ONU de la SRE informo que la primera misión de cascos azules de México para OMP contará con 16 elementos y estaría lista en abril o mayo de este año según la nota publicada por el Informador y precisó que se mandarían oficiales para que sean capacitados hasta tener una primera compañía conformada por 30 elementos.

Es así que el pasado mes de marzo del presente año en una nota publicada por el Excélsior se menciona que nuestro país enviara en próximas fechas cuatro cascos azules a Operaciones de Mantenimiento de la Paz, la SRE detallo que se incorporarán gradualmente y serán desplegados en la Misión para la Estabilización de Haití (Minustah) y como observadores en la Misión para Referéndum del Sahara Occidental (Minurso) lo cual refrenda su compromiso con el anuncio hecho el año pasado; el mismo periódico publico este mes una nota en la cual revela el gobierno de nuestro país inició la evaluación formal sobre la participación de México en las OMP el 26 de agosto 2013, anunciándose formalmente como lo mencionamos hasta septiembre del 2014 , en el marco del 69 periodo de sesiones de la Asamblea General de Naciones Unidas y en este año se revela en la nota mencionada un informe de las secretarías de Relaciones Exteriores (SRE), Defensa Nacional (SEDENA) y Marina (SEMAR) que el Estado mexicano tiene interés en participar en cuatro misiones más , las operaciones serian la de Chipre, Oriente Medio, India-Pakistán y Líbano. Informando también que este año enviarán otros ocho

observadores militares (aparte de los cuatro ya designados) siendo un total de 12. También se menciona que entre 2015 y 2016 nuestro país tiene previsto organizar un Centro para Coordinar las OMP, y entre 2017 y 2019 crear un Centro para Operaciones de Paz de México y en 2020, se contempla el despliegue de la Unidad Batallón de Infantería; sin embargo, menciona la nota que el subsecretario para Asuntos Multilaterales de la SRE, Juan Manuel Gómez Robledo sería hasta el hasta 2021 que se podría ver activa la participación de los cascos azules mexicanos.

Podemos observar que es necesario que se establezca una estructura legal que responda ampliamente a preguntas como ¿Cuál sería el costo político de enviar tropas a las misiones de la ONU? O ¿Se correría el riesgo de servir intereses globales de Estados Unidos en conflictos bélicos? ¿Tener cascos azules podría ayudar realmente mejorar el cuestionado respeto a los derechos humanos en México? ¿Qué pasaría si soldados mexicanos murieran en una misión del extranjero? ¿Qué beneficios reales se obtendrían a cambio? , pues para poder responderlas tendríamos que tener claras las bases y las leyes que regirían este tipo de actividades.

CONCLUSION

Nuestro país ha tenido una difícil relación con el tema de paz y seguridad de la ONU, como se manifestó estuvimos ausentes durante amplios periodos del Consejo de Seguridad de la ONU por una razón principal, la cercanía con Estados Unidos, pues al ser nuestro país vecino nuestras acciones debían reflejar una total empatía y aceptación a este país. Es así como nos preguntamos si con esta decisión que tomo nuestro gobierno de apoyar estas operaciones de la paz ¿Se trata entonces de un avance de nuestra política exterior? ¿Realmente nos beneficia o perjudica esta decisión tomada por nuestro gobierno? Podríamos afirmar que todas las acciones que se están llevando se tratan de un intento por integrar nuestro país a la política de Estados Unidos y tener un papel primordial en la política internacional.

Nuestro país enfrenta muchos retos internos al igual que otros países del mundo, como India o Pakistán. Sin embargo estos países aportan la mayor cantidad de tropas a las Operaciones de Mantenimiento de la Paz en la actualidad. El impacto en nuestro país es de índole internacional es así que México deberá de ser muy cuidadoso al momento de elegir en qué OMP participará y bajo qué modalidades. La decisión del Senado será clave, tanto legal como políticamente, debemos saber que participar en las OMP de la ONU tiene costos, tanto económicos, como políticos y sociales, es por esto que nuestro país y nosotros como ciudadanos debemos estar preparados para asumirlos. En este contexto, no se explica cómo beneficiará a la sociedad la participación de nuestro país en las OMP. De igual manera, de producirse situaciones en las que el personal civil, policial o militar tuviera un comportamiento irresponsable será necesario aplicar las medidas disciplinarias correspondientes y el país quedaría expuesto a la crítica internacional y a perder el nivel que intenta mantener.

Las ventajas que el país podría obtener al participar en las OMP y que podemos suponer que es lo que nuestro gobierno intenta obtener es una mayor presencia internacional, así como mejorar la percepción de la ONU y de diversos organismos internacionales, al igual que de naciones latinoamericanas. En general los países que participan en estas misiones ganan prestigio y mejor acceso a puestos de responsabilidad en el sistema de las Naciones Unidas. Nuestro gobierno espera ganar espacio en las Naciones Unidas, pues si recordamos lo sucedido con Brasil, Argentina, Chile y otros países latinoamericanos que han enviado fuerzas a la misión de la ONU han obtenido reconocimiento por su participación.

México es capaz de comprometer recursos humanos; no sólo materiales, tendrá que tener la mejor calificación de los recursos humanos que mandara a las operaciones (civiles, policiales y militares) y para participar completamente, las fuerzas armadas de nuestro país deberán modernizarse y capacitarse, será necesario entrenamiento intensivo, no solo táctico, tanto en idiomas, aplicación de la justicia, del

derecho internacional y estándares de operación internacionales tipo OTAN. Se necesitara adquirir sistemas de comunicaciones satelitales, medios blindados, y de vigilancia modernos para apoyar los despliegues que se presenten.

Entre las desventajas más visibles se puede observar la falta de experiencia en operaciones de paz y, por lo mismo, la posibilidad de que la participación mexicana, al menos en los primeros años, implique el desarrollo de tareas decididas por terceros, nuestro país cuenta con limitados recursos presupuestarios para dependencias como la SRE , SEMAR Y SEDENA , actores clave en un escenario de participación en las OMP y se tendría que acentuar la diplomacia económica por encima de la diplomacia política, lo cual es lo que nuestro gobierno está realizando.

En nuestra opinión hace falta que el gobierno de la información necesaria de que es lo que se va a hacer exactamente y que la población esté consciente de los retos que habrá pues existe ignorancia entre la población de que en este tipo de operaciones solo están envueltas en actividades de guerra y, de igual manera que las repercusiones y los riesgos potenciales que podrían presentarse en nuestro país podrían afectar a la población ;pues podrían presentarse represalias de otros países por la decisión tomada .

Del análisis presentado se puede concluir que la participación de México en las OMP es factible, pero depende de la instrumentación que se haga del mismo, observamos que México está aplicando cambios en su política exterior como producto de la apertura política interna y de las reformas que se han realizado.

El país se encuentra en un momento de redefinición de su estructura social y de sus fundamentos ideológicos, de cuyo resultado dependerán las acciones de política exterior.

En términos generales, está superado el dogma de la doctrina Tello, así como la doctrina Estrada que fue de gran valor para la diplomacia mexicana en años anteriores y hoy es obsoleta, de esta manera podemos observar que se busca que nuestra política tenga alcances globales.

Sabemos que desde el 2001 hay una lucha por alcanzar la seguridad internacional y que se han presentado diversos conflictos, se ha presentado un amplio debate sobre la legítima defensa.

La apertura que realiza nuestro país, paradójicamente, tiene el potencial de producir repercusiones internas y externas. La seguridad de México depende cada vez más, de la seguridad y estabilidad de sus vecinos inmediatos y del mundo en general, las amenazas contemporáneas al orden internacional no conocen fronteras por lo tanto vale la pena recordar los atentados sufridos por España (Madrid) en 2004 y el Reino Unido (Londres) en 2005. De ahí que en lugar de plantearse en el ámbito de una legítima defensa de la seguridad internacional deba analizarse la seguridad interna de cada país perteneciente. Vivimos en una época de desafío global en el que las “amenazas” o los “problemas de seguridad” dependen de el etiquetado de grado de urgencia que se le establezca , sin embargo la seguridad de una nación y sus habitantes debe ser primordial y no estar sujeta a la escala de prioridades globales pues las amenazas no pueden ser consideradas aisladamente , es así que los países contribuyentes de efectivos a las OMP son los que llevan hoy el peso de los compromisos de personal de las operaciones donde contribuyen .

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Asamblea general Consejo de Seguridad. (2000). Quincuagésimo quinto período de sesiones. Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/55/305>

Asamblea General de las Naciones Unidas. (2014). Asamblea general y Mantenimiento de la paz. Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web: http://www.un.org/es/peacekeeping/ctte/cttee_ind.htm

Browne Marjone Ann. (2005) United Nations Peacekeeping. Issues for congress. Congressional Research Service. CRS Issue Brief for Congress. 11 de marzo del 2005.

Centro de Información de las Naciones Unidas. (2014). México y la ONU. Diciembre 2014, de Centro de información de las Naciones Unidas Sitio web: <http://www.cinu.mx/onu/mexico/>

Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas OMP. (2014). Contributors to United Nations Peacekeeping Operations: Summary of Contributions. Noviembre 2014, de ONU Sitio web: http://www.un.org/en/peacekeeping/contributors/2014/aug14_1.pdf

Derecho de Autodeterminación de los pueblos, Revisión de Anaya, James, Indigenous Peoples in International Law, (New York and Oxford, University Oxford Press, 1996). Localizado en la siguiente dirección en Internet: http://www.geocities.com/tayacan_2000/autodeter.html

González Guadalupe, Minushkin Susan y Shapiro Robert (2006) .México y el mundo. Opinión pública y política exterior. México, DF. México CIDE. 2006.

Luke , Edward C. (2007). Estados Unidos y el mantenimiento de la paz internacional: Historia y perspectiva . Foro internacional. Enero – Marzo. El Colegio de México. ISSN 0185-013x D.F. México.. Año/volumen XLVIII numero 001. Páginas 53-81.

Medina Manuel. (1976). Las organizaciones internacionales. Madrid. Alonso Editorial.

Muñoz Ledo , Porfirio Thierry (2002). El papel de México en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas. Revista mexicana de política exterior, 66, 77-99. México

Naciones Unidas. (1945). Capítulo I: Propósitos y Principios. Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web: <http://www.un.org/es/documents/charter/chapter1.shtml>

Naciones Unidas. (1945). Capítulo V: El Consejo de Seguridad. Noviembre 2014, de Naciones Unidas

Sitio web: <http://www.un.org/es/documents/charter/chapter5.shtml>

Naciones Unidas. (2014). Ficha informativa de las operaciones de mantenimiento de la paz. Diciembre

2014, de Naciones Unidas Sitio web:

<http://www.un.org/es/peacekeeping/resources/statistics/factsheet.shtml>

Naciones Unidas. (2014). Formación de una nueva operación. Diciembre 2014, de Naciones Unidas

Sitio web: <http://www.un.org/es/peacekeeping/operations/newoperation.shtml>

Naciones Unidas. (2014). Función del Consejo de Seguridad. Noviembre 2014, de Naciones Unidas

Sitio web: <http://www.un.org/es/peacekeeping/operations/rolesc.shtml>

Naciones Unidas. (2014). Historia de las operaciones de mantenimiento de la paz. Noviembre 2014, de

Naciones Unidas Sitio web: <http://www.un.org/es/peacekeeping/operations/history.shtml>

Naciones Unidas. (2000). Informe del Grupo sobre las Operaciones de paz de las Naciones Unidas.

Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web

http://www.un.org/es/events/pastevents/brahimi_report/executive_summ.shtml

Naciones Unidas. (2014). Informe del Grupo sobre las Operaciones de Paz de las Naciones Unidas 2000.

Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web:

http://www.un.org/es/events/pastevents/brahimi_report/

Naciones Unidas. (2014). Información general. Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web:

<http://www.un.org/es/mainbodies/secretariat/>

Naciones Unidas. (2013). MINUSMA Misión Multidimensional Integrada de Estabilización de las Naciones Unidas en Malí. Enero 2015, de Naciones Unidas Sitio web <http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/minusma/>

Naciones Unidas. (2014). Operaciones de mantenimiento de la paz. Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web: <http://www.un.org/es/peacekeeping/operations/index.shtml>

Naciones Unidas. (2014). Paz y seguridad. Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web: <http://www.un.org/es/peacekeeping/operations/peace.shtml>

Naciones Unidas. (2014) ¿Qué es el mantenimiento de la paz?. Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web: <http://www.un.org/es/peacekeeping/operations/peacekeeping.shtml>

Naciones Unidas. (2014). Quienes somos. Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web: <http://www.un.org/es/peacekeeping/about/index.shtml>

Naciones Unidas. (2014). Reforma de las actividades de mantenimiento de la paz. Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web www.un.org/es/peacekeeping/operations/reform.shtml

Pirnie Bruce, Simmons William. (1996) . Soldiers for peace, an operational typology. California, National Defense Research Institute. Página 12.

Ocaña Juan Carlos. (2003). La Conferencia de Paris 1919. Octubre 2014, de sitio: del las Relaciones Internacionales durante el siglo XX Sitio web: <http://www.historiasiglo20.org/IGM/tratados.htm>

ONU Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas. (2014). ¿Qué es el Consejo de Seguridad? Noviembre 2014, de Naciones Unidas Sitio web: <http://www.un.org/es/sc/about/>

Ortiz Sánchez Leónidas. (2006). La participación de México como mediador en los conflictos internacionales. Mayo. Convergencia, Partido Político Nacional. ISBN 970794031X. México, D.F.

Rabasa, Emilio O., (2005) “Los siete principios básicos de la Política Exterior de México”, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, Serie Doctrina Jurídica, Núm. 219, Primera edición, México, Versión electrónica localizada en la siguiente página en Internet:
<http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=1588>

Rosas María Cristina. (2007). México y las operaciones de paz de las Naciones Unidas, desafíos y oportunidades. Comercio exterior. Volumen 57 Numero 12. Diciembre 2007. Página 981.

Sotomayor Arturo C. (2008). México y la ONU en tiempos de transición entre activismo externo, parálisis interna y crisis internacional. Foro Internacional volumen XLVIII. Numero 1-2. Enero – Junio. Página 238-267. Del Colegio de México, México.

Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas. (1991). ”Diccionario Jurídico Mexicano”. Tomo A-CH. Editorial Porrúa. Cuarta edición.

Velásquez Flores Rafael, Schiavon Jorge A. (2008). Opinión pública y política exterior percepciones y preferencias de los mexicanos. Numero 4. Revista Mexicana de Opinión publica RMOP Numero 4 Abril del 2008.

PÁGINAS WEB

<http://www.un.org/es/icj/hague.shtml>.

<http://www.whitehouse.gov/about/presidents/woodrowwilson>

<http://www.un.org/es/aboutun/history/1941-950.shtml>

<http://www.un.org/es/aboutun/history/moscowteheran.shtml>

http://www.un.org/es/aboutun/history/dumbarton_yalta.shtml

http://www.un.org/es/aboutun/history/sanfrancisco_conference.shtml

<http://www.un.org/es/sc/>

<http://www.un.org/es/peacekeeping/operations/pkmandates.shtml>

<http://www.un.org/es/documents/charter/> <http://www.un.org/es/documents/charter/chapter5.shtml>

<http://www.un.org/es/peacekeeping/ctte/2006.htm> http://www.un.org/es/peacekeeping/ctte/cttee_ind.

<http://www.un.org/es/peacekeeping/operations/early.shtml>

<http://www.un.org/es/sg/formersg/ghali.shtml>

<http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/untso/>

<http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/unmogip/>

<http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/past/unefi.htm>

www.un.org/es/peacekeeping/misions/past/onuc.htm

<http://www.un.org/es/sg/formersg/annan.shtml>

www.un.org/News/dh/iraq/brahimi-bio-jan04.htm

www.un.org/en/peacekeeping/documents/newhorizon.pdf

www.un.org/en/peacekeeping/documents/newhorizon_update01.pdf

y

www.un.org/en/peacekeeping/documents/newhorizon_update02.pdf

<http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=S/RES/1401%20%282002%29>

<http://www.un.org/es/peacekeeping/resources/statistics/factsheet.shtml>

<http://www.cinu.org.mx/onu/nobel.htm>

<http://www.un.org/es/peacekeeping/issues/military.shtml>

<https://childrenandarmedconflict.un.org/publications/factsheet-es.pdf>

<http://www.cinu.org.mx/negocios/unrisd.htm>

www.oas.org/36AG/espanol/doc_referencia/Tratado_Tlatelolco.pdf

http://mision.sre.gob.mx/oi/index.php?option=com_content&view=article&id=434%3Acentenario-del-natalicio-del-embajador-alfonso-garcia-robles-premio-nobel-de-la-paz&catid=16%3Acontenidocomunicados&Itemid=1&lang=en

<http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CMW.aspx>

<http://www.un.org/es/documents/charter/chapter1.shtml>

<http://mexico.cnn.com/adnpolitico/2014/09/24/pena-anuncia-que-mexico-participara-en-operaciones-de-paz-de-la-onu>

<http://saladeprensa.sre.gob.mx/index.php/es/comunicados/4920-417>

<http://pnd.gob.mx/>

<http://www.un.org/es/peacebuilding/>

<http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=30650#.VRRRXvmUcjE>

<http://gaceta.diputados.gob.mx/Black/Gaceta/Anteriores/62/2013/abr/20130425-VIII/DictamenaD-17.html>

<http://gaceta.diputados.gob.mx/Black/Gaceta/Anteriores/62/2013/mar/20130321-VII/Proposicion-5.html>

y Gaceta Parlamentaria Número 3733-e

<http://www.oecd.org>

<http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/past/onusal.htm>

<http://www.eluniversal.com.mx/notas/476936.htm>

<http://www.informador.com.mx/mexico/2015/574593/6/primeros-cascos-azules-de-mexico-estarian-listos-en-abril.htm>.

<http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/03/14/1013331>.

<http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/04/05/1017182>.

<http://mx.geocities.com/cencoal/110901/doctrina.htm>



LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA DE LAS ENTIDADES FEDERATIVAS MEXICANAS, A TRAVÉS DE ANÁLISIS DE CONGLOMERADOS (CLUSTER)

Silverio Tamez Garza

Universidad Autónoma de Nuevo León

Pedro de Alba s/n, Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L. México Tel. 52 81 1778 3239

silverio.tamezg@uanl.mx

Mexicano

Vicente Montesinos Julve

Universidad de Valencia

Avgda. dels Tarongers, s/n, C.P. 46022, Valencia, Esp., Tel: 34 96 382 82 80

vicente.montesinos@uv.es

Español

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 17/Junio/2015

Resumen

El objetivo del presente estudio empírico es, analizar qué factores son los que explican el mayor o menor grado con que las Entidades Federativas (Estados), mediante análisis de conglomerados (**Cluster 1-Grandes** y **Cluster 2-Pequeños**), recurren a la divulgación de la información financiera a través de la red de información llamada Internet. En este estudio se enuncian diez hipótesis, con las cuales se establece que para el **Cluster-1** existe una relación estadísticamente significativa con cuatro variables al 0.01 (dos con signo positivo y una con signo negativo) y al 0.05 (con signo negativo). Mientras que para el **Cluster-2** se tienen siete variables estadísticamente significativas al 0.01 (dos con signo positivo y una con signo negativo), 0-05 (una con signo positivo y dos con signo negativo) y 0.10 (una con signo negativo), sin embargo, algunas de las variables significativas fueron rechazadas debido a que no se coincide con el resultado esperado.

Palabras Claves: Rendición de Cuentas, Divulgación, Información Financiera

1. Introducción

La transparencia y la rendición de cuentas es un tema que se ha venido tratando desde hace ya tiempo en el entorno internacional, debido a que la mayoría de los trabajos realizados han sido en el ámbito anglosajón (Estados Unidos de Norteamérica, Reino Unido y Nueva Zelanda), y hasta hace algunos años se inició esta práctica en España. En México, se han hecho estudios solamente descriptivos de transparencia y rendición de cuentas no habiéndose hecho aun análisis empíricos sobre esta materia.

Las cuentas públicas de las Entidades Federativas (Estados) se encuentran reguladas por las propias Constituciones políticas de los Estados. El caso del Distrito Federal, se encuentra regulada por la Ley Orgánica de la Contaduría Mayor de Hacienda de la Asamblea del Distrito Federal.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos menciona que el acceso de la información de la Federación, los Estados y el Distrito Federal se regirán por varios principios en el que se destaca el *principio de máxima publicidad*. Dicho principio establece que toda información en posesión de cualquier órgano del Gobierno Mexicano perteneciente a cualquiera de los tres niveles (Federal, Estatal y Municipal), es del orden público. Éste principio trae una serie de cambios, ya que se rompe con la idea paternalista de no hacer pública la información gubernamental (*bien del dominio público* que recurre a la creación de explicaciones en beneficio de una comunidad política realizada por y para los ciudadanos « Bustillos, 2007: 46»), estableciendo con ello el principio democrático de acuerdo con el cual todos los actos realizados por nuestros gobernantes debe estar sujeto a examen o escrutinio público (López-Ayllón, 2006: 246).

En éste trabajo se pretende identificar los factores que influyen en la determinación de la divulgación de la información de los gobiernos estatales mexicanos. Se han analizado las páginas web de las 32 Entidades Federativas, observando la información de las cuentas públicas correspondientes a los ejercicios fiscales del 2001 al 2007.

El trabajo se estructura de la siguiente forma: en el siguiente apartado se analiza el modo en que las Entidades Federativas divulgan su información financiera, definiéndose de esta manera la variable dependiente a ser analizada. Posteriormente, en el apartado tercero se destina a examinar las características de las Entidades Federativas que condicionan la divulgación de la información, enunciando para ello 10 hipótesis, con las cuales se espera una relación estadísticamente significativa entre la divulgación de la información y el Partido Político Gobernante, el Tamaño Poblacional,

Resultado real (Superávit o Déficit presupuestario), la Deuda Pública, Inversión en Infraestructuras, los Ingresos Propios, el PIB Estatal, el Apalancamiento y el Número de Auditorías. Posteriormente en las partes cuarta y quinta se muestran el diseño de la investigación y los resultados obtenidos, y finalmente la sexta y última parte se resume el estudio y se muestran las conclusiones.

2. La información financiera en el ámbito público estatal

El uso de la información depende en gran medida de que tan disponible se encuentre. De qué les sirve a los gobiernos tener una información contable correctamente elaborada si no se tiene establecido el procedimiento para el fácil acceso de los usuarios a dicho contenido. No obstante y a pesar de que las leyes estatales reglamentan el fácil acceso a la información pública gubernamental, se sigue teniendo cierta reticencia a la correcta divulgación de la información, siguiendo ocultando la misma.

Para Finkelstein, N. (véase: Valverde, 2004) la política pública es transparente si está disponible la información en torno a su concepción y ejecución, si es comprensible, y los ciudadanos saben el papel que deben desempeñar en ella. Se puede argumentar que la transparencia puede obstaculizar el logro de ciertos objetivos de las políticas públicas, en las áreas de mayor interés para los ciudadanos, siempre será preferible la mayor transparencia posible, atendiendo tanto a valores de justicia y equidad en la asignación de recursos posibles, como a su viabilidad misma, a través de la participación ciudadana en la toma de decisiones.

“La rendición de cuentas es una obligación de parte de un individuo o grupo, el cual tiene que revelar, explicar y dar justificación de las responsabilidades que le han sido otorgadas; es la esencia de un gobierno demócrata, es la obligación asumida por toda aquella persona que ejerce poder, es responder por la manera en que se ha ido desempeñando en las responsabilidades que se le otorguen, una obligación que al fin de cuentas el gobierno le debe al pueblo” (Burneo, 2007: 65).

Por otra parte, los destinatarios de la información contable pública, son todos aquellos que componen el sistema político, económico y social de una nación (Benito, 1995). Brusca y Montesinos (2006), mencionan que el objetivo principal del sector público de emitir información financiera es satisfacer la necesidad de los usuarios y ayudarles en la toma de decisiones. Los usuarios por lo general son los ciudadanos, los organismos de regulación y supervisión, los administradores, los acreedores e inversionistas, analistas financieros y los proveedores de recursos.

A medida que los sistemas políticos evolucionan, la ciudadanía demanda una mayor información precisa y comparable de administración, tanto de los recursos asignados, como de los recursos obtenidos, siendo esto un derecho fundamental de los ciudadanos y una obligación de los representantes, que los mismos ciudadanos eligieron para ocupar un puesto público (Ugalde, 2002).

Por lo tanto, la información al no estar publicada en los medios adecuados, la ciudadanía no puede exigir cuentas a los gobernantes, no se les puede reclamar que se cumplan las promesas que hicieron en sus respectivas campañas.

Ahora bien, la divulgación de la información se está haciendo a través del Internet, tanto el sector privado, como en el sector público; sin embargo, en el sector público se sigue empleando los medios rústicos de divulgación de información como son los periódicos oficiales, los boletines, murales, etc., ya que la legislaciones estatales te dan la opción de divulgarlo por cualquier medio, teniendo prioridad el Internet.

En el presente trabajo, se agrupa una serie de informes o documentos que son necesarios incluir en las cuentas públicas, los cuales han sido identificados de acuerdo a lo que se menciona en las leyes de transparencia de cada una de las entidades, las cuales son definidas en la tabla 1. Con dicha información se elabora un índice de divulgación con la cual formaríamos nuestra variable a ser estudiada en el presente trabajo.

Tabla 1: Conceptos considerados para la formulación del Índice de Información Financiera

	Concepto o Ítem	Descripción
1.	Balance General	Refleja la situación financiera-patrimonial
2.	Estado de Ingresos-Egresos	Ingresos obtenidos y los egresos ejercidos durante un ejercicio.
3.	Estado de Origen y Aplicación	Procedencia y la aplicación de los fondos
4.	Estado de Patrimonio, Mobiliario y Equipo	Análisis del Mobiliario y Equipo que se tiene en propiedad.
5.	Estado de Cambios en la Situación Financiera	Muestra los recursos generados o utilizados en la operación.
6.	Estado de Ejercicio del Presupuesto	Presupuesto autorizado, con sus ampliaciones o reducciones, mencionando lo que se ha ejercido y lo que falta por ejercer.

7.	Analítica de Ingresos	Analítica de todos los ingresos obtenidos durante el ejercicio.
8.	Analítica de Egresos	Analítica de todos los egresos aplicados durante el ejercicio.
9.	Estado de Situación de la Deuda Pública	Se presenta la integración de la Deuda que tiene el gobierno del estado en forma directa e indirectamente.
10.	Intereses de la Deuda Total	Se especifican los intereses que han sido pagados durante el ejercicio.
11.	Amortización de la Deuda Total	Se mencionan el total de pagos efectuados durante el ejercicio.
12.	Servicios de la Deuda Total	Monto a pagar en el país o fuera de él en moneda nacional o extranjera por concepto de amortización, intereses, comisiones u otros gastos derivados de la contratación y utilización de créditos.
13.	Informe de Avance Físico-Financiero Obra Pública	En este informe se presenta un análisis del control, registro y consolidación del presupuesto asignado a la Infraestructura para el Desarrollo, Obra Pública y Servicios Relacionados a los mismos.
14.	Programa y Subprograma del Presupuesto de Egresos	Se menciona a detalle los programas y subprogramas en los cuales se va a ejercer el presupuesto de egresos.
15.	Estado del Gasto Presupuestal Programático	En éste informe se presenta una descripción del proceso del programa y su objeto específico, incluyéndosele el monto presupuestado y el avance.
16.	Cuenta Pública Anual	Se menciona si se está presentando cuenta pública anual.
17.	Cuenta Pública Trimestral	Se presenta cuenta pública trimestralmente.
18.	Presupuesto o Ley de Ingresos	Se publica el Presupuesto o Ley de Ingresos
19.	Presupuesto de Egresos	Se publica el Presupuesto o Ley de Ingresos
20.	Dictamen de Auditores Independientes	Se anexa en la cuenta pública o por separado el Dictamen del Auditor Independiente.
21.	Dictamen del Órgano de Fiscalización	Se anexa el Dictamen del Órgano de Fiscalización Externo.
22.	Información Complementaria de la Cuenta Pública	Se anexa a la cuenta pública información adicional complementaria.
23.	Destino de los Recursos del Fondo de Aportaciones para el Fortalecimiento de las Entidades Federativas (FAFEF)	Se Informa acerca del Destino de los Recursos del FAFEF.
24.	Destino de los Recursos del Fideicomiso para la Infraestructura de los Estados (FIES)	Se Informa acerca del Destino de los Recursos del FIES.

25.	Destino de los Recursos del Fondo de Estabilización de los Ingresos de las Entidades Federativas (FEIEF)	Se Informa acerca del Destino de los Recursos del FEIEF.
26.	Fondo de Aportaciones para la Infraestructura Social Estatal (FAISE)	Se Informa acerca del Destino de los Recursos del FAISE.
27.	Fondo de Aportaciones para la Infraestructura Social Municipal (FAISM)	Se Informa acerca del Destino de los Recursos del FAISM.
28.	Comparativo de Egresos por Programa de Dependencia	Se presenta un análisis de los programas por dependencia
29.	Comparativo de Egresos por Secretaría Objeto del Gasto	Se presenta un análisis de los Egresos por objeto del gasto, por Dependencia o Secretaría.
30.	Indicadores de Desempeño	Presenta información cuantitativa del logro o resultado en la entrega de productos.
31.	Publicación de Calificaciones	Se presenta un informe sobre calificaciones crediticias, índices, análisis de inversión, evaluación de riesgos y datos independientes sobre la entidad federativa que se estudia.

Fuente: Elaboración propia

3. Factores que explican los motivos para divulgar información financiera por parte de las entidades federativas.

En el apartado anterior, mencionamos la obligatoriedad que tienen las entidades públicas de divulgar información, a través de cualquier medio, dando preferencia al Internet. La pregunta que ahora nos planteamos en este trabajo es la siguiente *¿Cuáles son los factores que influyen en la divulgación de información financiera por parte de la Entidad federativa a través de su página **Web**, y entre aquellas que sí lo hacen, qué conlleva a que unas revelen más que otras?*

Autores como Cerf (1975), Firth (1979), Cook (1992), Bradbury (1992), Malone, *et al.* (1993), Giner (1997) y Debreceny *et al.* (2002), entre otros más, han realizado estudios en el sector privado, sobre la divulgación voluntaria de información financiera, dirigiendo sus investigaciones a los incentivos de la gestión en el sector privado. En la mayoría de estos estudios, los autores aplicaron en dichos análisis las teorías asociadas a las relaciones de agencia; incluyen en sus exámenes aspectos tales como el tamaño, la actividad del sector a la que pertenecen, la rentabilidad o el nivel de deuda con el que cuentan.

Los estudios de investigación que se han realizado acerca de la divulgación de información en el ámbito público son los de Zimmerman, (1977), Baber (1983), Christiaens (1999), Laswad, *et al* (2005), Cárcaba y García (2008), etc., en donde se hace notoria el predominio que tienen las relaciones de agencia en el

sector público sobre la cantidad de información que la entidad divulga a los diferentes grupos de usuarios.

Resulta destacable, el estudio realizado por Laswad, *et al*, (2005), en el cual se examina un conjunto de variables que influyen en la divulgación de información financiera voluntaria a través del Internet. En dicho estudio analizan factores tales como competencia política, deuda, tamaño, riqueza municipal (superávit o déficit), prensa (presión mediática) y el tipo de autoridad municipal.

A continuación se formulan las hipótesis planteadas en nuestro estudio.

3.1 Partido Político Gobernante

El partido político gobernante es un factor importante en la divulgación de información financiera. Para identificar al partido político gobernante de las entidades federativas, se utilizó variable cualitativa dicotómica en donde si la entidad está gobernada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) toma el valor de uno (1), si está gobernada por cualquiera de los otros partidos (PAN, PRD y otros) toma el valor de cero (0). Se optó por tomar el PRI para referenciarlo con 1 ya que este partido político actualmente gobierna el 59% (19 Entidades) de las entidades federativas e identificamos al PAN, PRD y otros con el 0 ya que el primero gobierna el 19% (6 Entidades), el segundo el 13% (4 Entidades) y tres Entidades son gobernadas por otros Partidos.

La existencia de competencia política, que ejerza presión al partido en el poder, podría aumentar los costos a largo plazo de la conducta abusiva del gobernante. En tal sentido, la oferta de cargos públicos potenciales y el riesgo de perder en las futuras elecciones, limita la desviación entre los intereses de los gobernantes y de los votantes (Zimmerman, 1977: 120). De este modo, los gobernantes de las entidades federativas someterán a examen las promesas propuestas en campaña si desean la continuidad de su partido político en el poder, siendo más los incentivos al existir una mayor competencia política (Baber, 1983: 215).

Para poder cumplir con los compromisos de una gestión eficiente, las entidades utilizan diferentes medios de comunicación. El Internet es considerado uno de los medios de comunicación más eficiente para divulgar información al instante y simultáneamente a los ciudadanos-votantes, permitiendo cumplir con sus obligaciones de control a nuestros gobernantes (Laswad, *et al*, 2005: 107).

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, nos planteamos la siguiente hipótesis de acerca de la relación existente entre el Partido Político Gobernante y la divulgación de información financiera a través del Internet:

H_1 : El Partido Político que gobierna la generalidad de los Estados tiene una relación positiva con la difusión de información financiera a través del Internet.

3.2 Tamaño Poblacional

En ésta hipótesis nos planteamos que cuanta más población tenga la entidad federativa, mayor será la tendencia a divulgar información financiera a través de Internet. Por tal motivo, la teoría de la agencia nos lleva a suponer que al ser más grande la entidad federativa, los agentes tendrán un mayor interés en disminuir las anomalías de la información, al menos con los ciudadanos, los cuales emiten su voto para elección de los gobernantes. Así, tal como señala Zimmerman (1977: 132), “se espera que la publicación de informes anuales sea menos frecuentes en las ciudades pequeñas que en las grandes”. En el mismo sentido, Christiaens (1999: 37) encuentra una relación positiva entre el tamaño de la entidad y la divulgación de información.

Los costos de elaboración de la información serán menores en términos relativos en entidades federativas más grandes, debido a que han de contar con una mayor infraestructura en lo que se refiere a tecnologías de información y más personal capacitado para diseñar las páginas *Webs* de los gobiernos en donde se pueda exponer la información, por lo que se espera que utilicen el Internet como medio de comunicación para divulgar más información. Así mismo, cuentan con un territorio más grande y un mayor número de habitantes, por lo que tendrán que acudir al Internet para poder hacer llegar más fácilmente la información a la ciudadanía que se encuentra más alejada de donde se exponen las cuentas públicas (Cárcaba y García, 2008: 72).

Con los argumentos teóricos expuestos anteriormente, nos planteamos la siguiente hipótesis acerca de la relación existente entre el Tamaño Poblacional y la divulgación de información financiera a través del Internet:

H_2 : El tamaño de una entidad federativa, en términos de población, tiene una relación positiva a la difusión de información financiera.

3.3 Superávit o Déficit Presupuestal

El presupuesto General del Estado recoge el plan económico de la hacienda pública de una entidad para un determinado período de tiempo (por lo general un año), en el que se precisa la descripción de los gastos e ingresos previstos para una entidad pública determinada.

En cuanto a la ejecución del presupuesto, cuando el ingreso público es superior al gasto público se dice que existe superávit presupuestario; por el contrario, cuando es mayor el gasto público, se habla de que existe un déficit presupuestario. Si los ingresos y los gastos públicos son iguales, existe un presupuesto equilibrado.

Parece razonable pensar que los gobernantes estarán interesados en divulgar información cuando su resultado sea equilibrado o cuando tengan superávit y por el contrario, no estarán interesados en divulgar información cuando se tenga un déficit en el resultado.

De este modo, nos planteamos dos hipótesis acerca del resultado presupuestario y la divulgación de información financiera:

H_3 : Existe asociación positiva entre el superávit presupuestario (Ingresos reales menos gastos reales) y la difusión de información financiera.

H_4 : Existe relación negativa entre el déficit presupuestario (Gastos reales menos ingresos reales) y la difusión de información financiera.

3.4 Deuda Pública

No solo los ciudadanos supervisan las actividades de los gobiernos, los acreedores también realizan ésta función; estos grupos tienen el incentivo del precio de la deuda en relación con el riesgo del incumplimiento de las garantías otorgadas. Considerando los principios de la teoría de la agencia, los políticos tienen incentivos para disminuir los costos de la deuda, con el propósito de aumentar los recursos con que se dispone para realizar programas que aumenten el bienestar social (Zimmerman, 1977: 120).

Si los acreedores perciben que la información es errónea o la situación financiera es mala, optarán por incrementar el costo de la deuda, ya que sus inversiones se encuentran en alto grado de riesgo. En ello influirán los informes de auditoría y la información divulgada. Esto conllevará que el gestor público tenga interés en revelar voluntariamente información, para reducir de este modo el riesgo percibido por los inversionistas y, por consiguiente, reducir el costo de los recursos ajenos (Gore, 2004: 28-29).

La teoría de la agencia en el sector público, no ha tenido tanta relevancia, dado que una parte de sus recursos provienen de los tributos impuestos a los ciudadanos, otra parte del gobierno central (en el caso de México, la Federación) y otra parte es por el financiamiento que adquieren a través de la deuda pública.

Autores como Brusca y Montesinos (2006), Gore (2004), Robbins y Austin (1986), Evans y Patton (1987), Styles y Tennyson (2007), Cárcaba y García (2008), han utilizado la variable deuda para verificar si existe alguna influencia respecto al nivel de divulgación de información.

Con un mayor aumento de deuda, los gobernantes pueden recurrir a distintas herramientas de divulgación de información, en la cual se revele la información suficiente sobre la capacidad que tiene el gobierno para hacer frente a las obligaciones contraídas; entre dichas herramientas se puede tomar en cuenta el Internet, la cual puede ayudar a los inversionistas a controlar de manera fácil y oportuna las actividades de la Entidad (Cárcaba y García, 2008: 72).

Conforme a los argumentos antes mencionados, en este trabajo se formula la siguiente hipótesis, referente a la relación entre la Deuda pública y el uso de Internet en la divulgación de información financiera:

H_5 : Existe una relación positiva entre el saldo de la deuda pública y la difusión de información financiera.

3.5 Inversión en Infraestructuras

Cuando se habla de inversión en infraestructura se está hablando de desarrollo económico, social y humano. El crecimiento económico y las oportunidades de bienestar de las entidades federativas están claramente relacionados con el grado de desarrollo de infraestructura en beneficio de la sociedad. Son oportunidades de crecimiento para las familias que menos tienen, ya que se promueve la educación, la

salud, la vivienda, favorece la introducción de servicios básicos y multiplica las posibilidades de ingreso.

La sociedad valora positivamente las actuaciones por parte de los gobiernos, las cuales requieren un importante esfuerzo inversor, trayendo consigo que las obras realizadas, den un resultado positivo sobre la calidad de vida. Por lo tanto, es razonable suponer que aquellos gobiernos en donde se destina una buena parte de los presupuestos en inversiones de infraestructura, divulgarán información financiera en donde se mencione el importe y características de estas inversiones y el crecimiento que se derive de ellas, constituyendo el Internet una herramienta de acceso fácil y eficaz, favoreciendo el objetivo de revelación de la información (Cárcaba y García, 2008: 73).

De este modo, en el presente trabajo se propone la siguiente hipótesis sobre la relación existente entre el esfuerzo que hace el gobierno respecto a las inversiones en infraestructura y la divulgación de información financiera:

H_6 : La inversión en infraestructuras realizadas por las Entidades Federativas tiene una relación positiva con la difusión de información financiera.

3.6 Ingresos Propios

Los ingresos propios son aquellos que establecen las propias leyes de cada entidad federativa por concepto de contribuciones especiales que cobra a la ciudadanía. Estos ingresos se obtienen por los siguientes conceptos: Impuestos estatales, Derechos, Contribuciones Especiales, Aprovechamientos, Productos y Créditos Fiscales.

Los ingresos propios son los ingresos generales distintos de las transferencias realizadas por el gobierno federal, y son los que percibe el gobierno estatal de parte de la población por los bienes y servicios que éste proporciona; en tal sentido, cuanto mayor población tenga la entidad federativa, los ingresos propios serán superiores, por los bienes y servicios que la entidad proporcione y los diferentes impuestos estatales que la población tenga que pagar. Por tanto, parece razonable pensar que cuantos más recursos propios obtengan los gobiernos, los gobernantes tendrán un mayor interés en difundir más información a la ciudadanía «*Agente-Principal*» (Ingram, R., 1984, p. 136; Giroux y McLelland 2003: 214; Robins y Austin 1986: 418; Christiaens, 1999: 31; Laswad, *et al*, 2005: 108; Gandía y Archidona, 2008: 38)

En tal sentido y con lo antes expuesto, se propone la siguiente hipótesis acerca de la relación de los ingresos propios y la difusión de información financiera:

H₇: Los ingresos propios percibidos por las entidades federativas tienen una relación positiva con la difusión de información financiera.

3.7 Producto Interno Bruto Estatal

El Producto Interno Bruto (en adelante: **PIB**) es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía durante un año. Permite medir el aumento o disminución de la producción de bienes y servicios elaborados en cada uno de los países o entidades federativas, correspondiente a ciudadanos nacionales o extranjeros residentes⁷. En este apartado hablaremos del PIB Estatal

Cuando el PIB crece, para la entidad federativa representa mayores ingresos. Si el Gobierno Estatal desea que sus ingresos sigan creciendo, deberá fortalecer las condiciones para que las compañías se establezcan en los territorios estatales; también debe fortalecer las condiciones para que las empresas ya existentes en territorio estatal sigan invirtiendo; así mismo, los gobiernos deberán de dar cuentas sobre los incentivos otorgados a las compañías, para que trasladen su industria al territorio de la entidad federativa con el fin de generar mayor riqueza en la misma.

De este modo, y ante lo expuesto surge la interrogante de la siguiente hipótesis:

H₈: El PIB Estatal generado anualmente por la entidad federativa se encuentra relacionado positivamente con la difusión de información financiera.

3.8 Apalancamiento

La condición financiera de una entidad debe estar relacionada con los niveles de difusión de información de la entidad pública ya que el jefe del ejecutivo cuenta con incentivos para proporcionar señales positivas acerca de la situación financiera de la entidad hacia los votantes ciudadanos, acreedores y otros usuarios de la información (Giroux y McLelland, 2003: 214).

⁷ Página de internet (fecha de consulta: 17-oct-2009)
www.finanzaschiapas.gob.mx/contenido/Portal_ciudadano/información/portal/PDF/Ci.pdf

El apalancamiento vamos a definirlo como el saldo total de la deuda pública sobre los ingresos totales percibidos por la entidad federativa, incluyendo tanto los ingresos propios así como los ingresos recibidos por parte de la federación (Giroux y McLelland, 2003: 218).

Así mismo, hay que mencionar que los gobernantes estarán dispuestos a divulgar mayor información cuando el total de la deuda sobre los ingresos sea mínimo (Apalancamiento), ya que los gobernantes darán a conocer en los informes los logros que se han tenido con respecto al manejo de la misma, cuánto ha sido la amortización del capital, el pago de los intereses y cuál ha sido el costo de los servicios de la misma.

De este modo, en este trabajo se propone la siguiente hipótesis acerca de la relación que existe entre el apalancamiento de deuda sobre ingresos y la divulgación de la información financiera:

H₉: Un menor apalancamiento de la deuda sobre los ingresos en las entidades federativas tiene una relación positiva con la difusión de información financiera.

3.9 Número de Auditorías

La auditoría es un importante instrumento para validar que los recursos que fueron enviados por parte de la federación a las entidades federativas, fueron aplicados conforme a los lineamientos establecidos en la Ley de coordinación fiscal; estas auditorías son realizadas por la Auditoría Superior de la Federación (en adelante: ASF) en coordinación con el Órgano de Control Externo Estatal (en adelante: OCEE) de acuerdo a los lineamientos marcados por la Ley de Fiscalización Superior de la Federación y por la propia ASF. La ASF es el Órgano de Fiscalización de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión.

Para ésta variable se realizó una identificación del número de revisiones realizadas por la ASF en coordinación con el OCEE por cada uno de los años revisados.

Gore (2004: 34), identifica la variable de auditoría como el número de revisiones realizadas por el auditor interno del gobierno a los municipios, y encuentra que existe alta significancia de esta variable con la divulgación de información de parte de los municipios.

De acuerdo a los argumentos antes mencionados, en este trabajo nos planteamos la siguiente hipótesis acerca de la relación que existe de las auditorías realizadas y la difusión de información financiera:

H₁₀: Un mayor número de auditorías realizadas por parte de la ASF a las Entidades Federativas se asocia positivamente con la difusión de información financiera.

4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación daremos una breve descripción de los que son los cluster o los análisis de conglomerados.

El **análisis de cluster** es una técnica analítica para el desarrollo de subgrupos significativos de individuos u objetos. El objetivo es clasificar una muestra de entidades en un pequeño grupo mutuamente excluyente que esté basado en semejanzas entre las entidades; esto es, cada *cluster* (conglomerado) sea lo más homogéneo posible y por otro, sean lo más distintos entre sí (*vid*: Ferrán, M. 1996; Hair, J. *et al*, 2005).

Por otro lado, el número de observaciones en cada cluster debe ser relevante, ya que en caso contrario puede haber valores atípicos. Los conglomerados deben tener sentido conceptual y no variar mucho la muestra o el método de aglomeración.

En este estudio, dividimos en dos cluster la muestra de las entidades para que no exista mucha variación con las observaciones por muestra.

En este sentido, Ingram, R. y Copeland, R. (1981, p-836) realizan estudio acerca de cómo influye la información financiera municipal en el comportamiento de los votantes para la elección de alcaldes; utilizan el método de análisis de conglomerado para separar la muestra de las ciudades en grupos homogéneos, utilizando características socio-demográficas como variables de agrupamiento. Con éste agrupamiento, se identifican los grupos de observaciones (las ciudades), que tienen características similares.

El procedimiento que seguimos para realizar el análisis de conglomerado fue, obtener las medias de datos por cada uno de las EEFFs por los siete años, tomando en cuenta el dato socio demográfico, siendo en nuestro estudio la población (**POB**), así mismo tomamos datos económicos de las EEFFs como son

los ingresos propios (**IP**) por entidad y el PIB-Estatal (**PIBE**) generado para los siete años, haciendo el mismo procedimiento para el cálculo de las medias.

Como segundo paso, procedimos a subir los datos a Stata Se 10.1 y darle la instrucción de que las entidades nos las identificara en dos grupos de cluster (grandes y Pequeños), para con éste propósito ver la existencia de similitud de las EEFFs, para poder realizar nuestro estudio considerando el índice de divulgación de información como la variable dependiente, observando si existe influencia estadísticamente significativa ya se positiva o negativa con respecto a las variables que puedan incidir en una mayor o menor divulgación de información financiera para cada uno de los cluster.

En el Cuadro 1 se observa la clasificación de las EEFFs por cluster.

Cuadro 1: Definición de Cluster 1 y 2 por Entidad Federativa

Entidad	CI-1 Grandes	CI-2 Pequeños	Entidad	CI-1 Grandes	CI-2 Pequeños
Aguascalientes		X	Morelos		X
Baja California	X		Nayarit		X
Baja California Sur		X	Nuevo León	X	
Campeche		X	Oaxaca		X
Chiapas		X	Puebla	X	
Chihuahua	X		Querétaro		X
Coahuila	X		Quintana Roo		X
Colima		X	San Luis Potosí		X
Distrito Federal	X		Sinaloa	X	
Durango		X	Sonora	X	
Estado de México	X		Tabasco		X
Guanajuato	X		Tamaulipas	X	
Guerrero		X	Tlaxcala		X
Hidalgo		X	Veracruz	X	
Jalisco	X		Yucatán		X
Michoacán	X		Zacatecas		X
Sub – Total	8	8	Sub-Total	6	10
			Gran Total	14	18

Para el contraste de las hipótesis formuladas en el epígrafe anterior se aplicarán técnicas de datos de panel. Para ello se formulan un modelo índice de divulgación de información. Las variables independientes derivan de las hipótesis antes planteadas. La definición de cada una de las variables y el signo esperado se mencionan en el cuadro 2.

Cuadro 2: Variables utilizadas en los modelos propuestos

NOMBRE		DESCRIPCIÓN	
VARIABLE DEPENDIENTE			
Modelo de Índice de Divulgación (InDIV)	de	Índice calculado a partir del contenido informativo de las cuentas públicas divulgadas a través del Internet (estados financieros, valores de referencia, comentarios explicativos, etc.) Dicha variable toma el valor de 0 cuando no se cumple el supuesto y el valor de 1 cuando si se cumple; se suma el total de las variables que si cumplen con el supuesto de divulgación y se divide entre el total de ítems.	
VARIABLE INDEPENDIENTE			Signo Esperado
Partido Político Gobernante (PPG)		Variable cualitativa dicotómica, toma valor 1 si la entidad federativa está o fue gobernada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) valor 0 si es el Partido Acción Nacional (PAN) o el Partido de la Revolución Democrática (PRD).	+
Tamaño Poblacional (POB)		Total de habitantes por entidad federativa, Información obtenida de la CONAPO	+
Resultado Real (SUP) (DEF)		La información se obtuvo de las cuentas públicas anuales referente a la ejecución de los presupuestos, aplicando formula de ingresos menos egresos.	+ -
Deuda Pública (DP)		Saldo de la deuda pública total al final de cada uno de los ejercicio.	-
Inversión en Infraestructuras (IenI)		Es el saldo total invertido en bienes muebles e inmuebles así como en infraestructura al final de cada ejercicio analizado.	+
Ingresos Propios (IP)		Saldo final de los ingresos propios obtenidos por cada uno de los ejercicios analizados.	+
PIB Estatal (PIBE)		Información obtenida de los informes anuales proporcionados por el INEGI.	+
Apalancamiento (APALA)		El ratio se obtiene de dividiendo del Saldo de la Deuda Total sobre el total de ingresos al final de cada ejercicio.	-
Auditoría (NoAUD)		Número de auditorías realizadas por la ASF a las entidades federativas durante los ejercicios analizados.	+

Nota: La información del resultado real, deuda pública, inversiones en infraestructura, ingresos propios y apalancamiento se obtuvo de las cuentas públicas de los ejercicios 2001 a 2007, presentadas en cada una de las páginas de internet de las entidades federativas. Así mismo, se aplicó logaritmo neperiano (natural) para hacer más simétrica la información entre las entidades federativas, a las mencionadas anteriormente, como a la población y al PIBE.

Para la contrastación de las hipótesis mencionadas en el apartado anterior y con el objeto de analizar sobre cuáles son los factores determinantes en la divulgación de información financiera, vamos a diseñar el siguiente modelo, a partir de lo siguiente:

Modelo de divulgación de información: Se resume en un índice toda la información financiera por parte de las entidades federativas. Con este índice se pretende valorar, en conjunto, el grado de revelación de información a partir del contenido informativo de las cuentas públicas divulgadas en las páginas de internet. Esto implica, que sean sumados todos los ítems que si fueron difundidos y dividirlos entre el número total de ítems seleccionados, con el propósito de ver el grado de cumplimiento. Una vez definida la variable dependiente, procedemos a contrastar las hipótesis planteadas previamente, mediante el análisis de regresión lineal, quedando la ecuación de la siguiente manera:

$$\text{InDiv}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{PPG}_{it} + \beta_2 \text{POB}_{it} + \beta_3 \text{SUP}_{it} + \beta_4 \text{DEF}_{it} + \beta_5 \text{DP}_{it} + \beta_6 \text{IeI}_{it} + \beta_7 \text{IP}_{it} + \beta_8 \text{PIBE}_{it} + \beta_9 \text{APALA}_{it} + \beta_{10} \text{NoAUD}_{it} + \epsilon_i$$

donde para los dos modelos $i = 1, \dots, N$, denotando la entidad federativa y $t = 1, \dots, T$, el momento del tiempo en que se recoge el dato de la entidad i .

1. Resultados

Para realizar el cálculo del **Modelo de índice de divulgación** se aplicó la regresión lineal a través de la técnica de *datos de panel*, para el cluster 1 y 2 presentándose los resultados en la tabla 2.

En la tabla 2, se aprecian los resultados de regresión, a través de técnicas de panel, para el cluster 1 y 2, en donde se observa qué variables estadísticamente significativas inciden tanto positiva como negativamente, en que las EEEFs tengan un mayor o menor índice de divulgación, siguiendo la misma técnica aplicada para los análisis anteriores.

Tabla 2: Análisis de regresión por técnicas de panel de datos por cada cluster para el análisis del índice de divulgación

Variables	Hps	Signo Esperado	Obs: 98, Ind = 14			Obs: 126, Ind = 18		
			Cluster 1			Cluster 2		
			Efectos Fijos (Robust)			Efectos fijos (Robust)		
			Coef		Sign.	Coef		Sign.
Constante			-8.346416		0.193	-13.9827		0.000
PPG	H ₁	+	0.0342743		0.408	-0.0369809		0.427
POB	H ₂	+	-0.6012263		0.233	-0.6320355	**	0.028
SUP	H ₃	+	0.0052354	***	0.007	0.0062539	***	0.009
DEF	H ₄	-	-0.0051107	***	0.004	-0.0037976		0.123
DP	H ₅	+	0.0115378		0.445	-0.0094513	***	0.003
IeI	H ₆	+	-0.0063783		0.761	-0.0114203		0.583
IP	H ₇	+	0.0400887		0.146	-0.0234528		0.105
PIBE	H ₈	+	0.6401035	***	0.000	0.9639091	***	0.000
APALA	H ₉	+	0.020712		0.896	1.08395	**	0.024
NoAUD	H ₁₀	+	-0.0076615	**	0.041	-0.0130348	**	0.031
			R ² = 0.7321			R ² = 0.7279		
			F(10,13) = 46.58			F(10,17) = 141.89		
			Prob > F = 0.0000			Prob > F = 0.0000		

(*** significativa al 0.01, ** significativas al .05, * significativas al .10). La probabilidad de F de Snedecor contrasta que los coeficientes de la H₀ en conjunto son 0 (en ambos cluster), significando que la hipótesis nula de la no existencia de relación estadística puede ser rechazada.

En el cuadro 3, se expone la aceptación o rechazo de las hipótesis para cada uno de los cluster; posteriormente explicamos la aceptación o rechazo de las hipótesis en ambos clusters.

Cuadro 3: Aceptación o rechazo de Hipótesis por Cluster

Variables	Hps	Signo Esperado	Cluster 1 con Sign Aceptación = □ Rechazo = X	Cluster 2 con Sign Aceptación = □ Rechazo = X
PPG	H ₁	+	X	X
POB	H ₂	+	X	** X
SUP	H ₃	+	*** □ □	*** □ □
DEF	H ₄	-	*** □ □	X
DP	H ₅	+	X	*** X
Iel	H ₆	+	X	X
IP	H ₇	+	X	X
PIBE	H ₈	+	*** □	*** □ □
APALA	H ₉	+	X	** □ □
NoAUD	H ₁₀	+	** X	** X

(*** significativas al 0.01, ** significativas al .05, * significativas al .10)

Al igual que en el presente trabajo, los estudios previos de Evans y Patton (1987), Laswad, *et al* (2005) y Martínez (2005), apuntan en sus resultados que la variable **Partido Político** no tiene relación estadísticamente significativa con la difusión de la información en el sector público; por el contrario, autores como Beaber (1983), Ingram, (1984), Serrano-Cinca, *et al* (2008), Cárcaba y García (2008) y Gandía y Archidona (2007) encuentran una relación significativa de esta variable con la difusión de la información, en donde describen a los partidos de oposición como grupos de presión, que hacen que el partido que se encuentra gobernando demuestre a la ciudadanía en general que es capaz de ofrecer mayores beneficios o logros que la competencia. Además, en nuestro estudio encontramos tanto para el Cluster 1 como para el 2 que no porque el Partido Revolucionario Institucional gobierna un mayor número de entidades va ser más transparente al divulgar mayor información.

Con respecto al **Tamaño Poblacional** y la divulgación de la información, en nuestro estudio encontramos que esta variable tiene una relación negativa estadísticamente significativa en el Cluster 2 y en el Cluster 1 no es estadísticamente significativa, contrario a los estudios realizados por Beaber (1983), Evans y Patton (1987), Christiaens (1999), Gore (2004), Styles y Tennyson (2007), Cárcaba y

García (2008) y Serrano-Cinca, *et al* (2008), en donde encuentran una relación positiva estadísticamente significativa del tamaño y la difusión de información; sin embargo, los estudios realizados por Giroux y McLelland (2003), Martínez (2005) y Robbins y Austin (1986), encuentran que esta variable no es estadísticamente significativa, por lo que no influye en una mayor o menor divulgación de información.

La relación positiva y negativa estadísticamente significativa del superávit y déficit presupuestal con respecto a la divulgación de información es relevante ya que no se ha realizado contraste alguno de estas variables en estudios previos, por lo que podemos afirmar que las entidades cuanto mayor sea su superávit estarán dispuestas a divulgar mayor información, caso contrario, cuando tengan déficit presupuestario en sus resultados será menor la divulgación de la información.

Referente a la variable deuda pública, los resultados que nos arroja nuestro análisis, al igual que el estudio realizado por Cárcaba y García (2008), esta variable, para el Cluster 1 no tiene relación positiva ni negativa estadísticamente significativas; sin embargo, para el Cluster 2 tiene una relación negativa estadísticamente significativas, contrario al resultado que se esperaba, con la difusión de información; por el contrario, los estudios realizados por Gore (2004), Robbins y Austin (1986), Evans y Patton (1987), y Styles y Tennyson (2007), encuentran una relación positiva estadísticamente significativa en los niveles de deuda en relación con la divulgación de información.

Las inversiones en infraestructuras, tanto para el Cluster 1 como el 2 no existe una relación estadística significativa con que las entidades tengan una mayor o menor divulgación de información, contrario a nuestro resultado, el estudio realizado por Cárcaba y García (2008), encuentra que las inversiones si tienen una relación positiva estadísticamente significativa en la relación con la divulgación de información.

Los ingresos propios constituyen una importante fuente de ingresos, ya que estos los obtiene a través de los contribuyentes, por lo que es una razón importante para que las entidades difundan una mayor información, sin embargo, los resultados que nos arroja nuestro estudio, (Cluster 1= positiva, Cluster 2=negativa) no son estadísticamente significativa, igual que los estudios realizados por Robbins y Austin (1986), y Christiaens (1999), encuentran que esta variable no incide en la difusión de la información, ya que no es estadísticamente significativa en los resultados que les arroja sus análisis. Contrario a esto, el estudio realizado por Ingram (1984) le arroja una relación positiva estadísticamente significativa entre los ingresos propios y la divulgación de información.

La variable **Producto Interno bruto Estatal** no ha sido contrastada en estudios previos y el resultado que nos arroja para los dos Cluster es relevante, ya que presenta una relación positiva estadísticamente significativa con la divulgación de la información, por tal motivo, afirmamos que a mayor Producto Interno Bruto Estatal generado, mayor será la divulgación financiera por parte de las Entidades Federativas.

Por su parte, la variable **Apalancamiento** nos arroja en el estudio para los dos Cluster que no es estadísticamente significativa con la difusión de información, donde podemos decir que ésta variable no influye para una mayor o menor divulgación de información financiera por parte de la entidad.

Por otro lado, la variable **Número de Auditorías** tiene una incidencia negativa estadísticamente significativa, por lo que cuanto mayor sea el número de auditorías realizadas por la Auditoría Superior de la Federación a las Entidades Federativas, menor será la información que sea divulgada. Por el contrario, el estudio realizado por Gore (2004), con respecto a esta variable y la divulgación de información, encuentra una relación positiva estadísticamente significativa.

6. RESUMEN Y CONCLUSIONES

A través del presente trabajo, se han pretendido analizar y describir de un modo analítico algunos factores que pudieran incidir en el grado de divulgación de información financiera pública de los gobiernos estatales mexicanos a través del Internet. Partimos de la importancia que se plantea la comunicación adecuada de la información por parte de las entidades federativas, las cuales administran recursos públicos, por lo que, tienen la obligación de rendir cuentas ante la ciudadanía.

La muestra elegida en este estudio está integrada por las 32 entidades federativas mexicanas. Se ha examinado las cuentas públicas correspondientes a los períodos comprendidos del 2001 al 2007, analizando el contenido de la información financiera.

Se han establecido diez hipótesis acerca de cuáles son los factores que condicionan la divulgación de información en la rendición de cuentas de las entidades federativas, tratando de contrastar la relación entre la divulgación de información y las variables partido político gobernante, la población, superávit, déficit, deuda pública, inversión en infraestructura, ingresos propios, Producto Interno Bruto Estatal, apalancamiento y el número de auditorías.

En el análisis realizado por Cluster, vemos que tres son las variables que tienen incidencia estadísticamente significativa en la divulgación de la información como son para el ***Cluster 1*** SUP, DEF

y PIBE; y para el *Cluster 2* son SUP, PIBE y APALA, como podemos observar en los dos Cluster se tiene coincidencia con dos variables que son SUP y el PIBE. Por lo tanto, para cada uno de los cluster el modelo basado en índice de divulgación quedaría representado de la siguiente manera:

Cluster 1:

$$\text{InDIV} = -8.3464 + 0.0342\text{PPG} + (-0.6012)\text{POB} + 0.0052\text{SUP} + (-0.0051)\text{DEF} + 0.0115\text{DP} + (-0.0063)\text{IenI} + (-0.0400)\text{IP} + 0.6401\text{PIBE} + 0.0207\text{APALA} + (-0.0076)\text{NoAUD} + \square_i$$

Cluster 2:

$$\text{InDIV} = -13.9827 + (-0.0369)\text{PPG} + (-0.6320)\text{POB} + 0.0062\text{SUP} + (-0.0037)\text{DEF} + (-0.0094)\text{DP} + (-0.0114)\text{IenI} + (-0.0234)\text{IP} + 0.9639\text{PIBE} + 1.0839\text{APALA} + (-0.0130)\text{NoAUD} + \square_i$$

Como se aprecia en la tabla 2, al reducir el número de individuos en el análisis por cluster, también se reducen las variables que inciden tanto positiva como negativamente, las cuales eran estadísticamente significativas en la divulgación de información con aceptación de hipótesis.

Bibliografía

- BABER, W. R. (1983): "Toward understanding the role of auditing in the public sector". *Journal of accounting and Economics* 5, North Holland, pp. 213-217
- BENITO LÓPEZ, B. (1995): "Manual de Contabilidad pública". *Ediciones Pirámide*, S.A., Salamanca, España, 1995, pp. 72-76
- BRADBURY, M. (1992): "Voluntary Disclosure of Financial Segment Data: New Zealand evidence". *Accounting and Finance*, Vol. 32, Issue 1, pp. 15-26
- BRUSCA ALIJARDE, I. y MONTESINOS JULVE, V. (2006): "Are citizens Significant Users of Government Financial Information?". *Public Money and Management, Journal Compilation*, September 2006.
- BURNEO SEMINARIO, M. (2007): "Auditoría a la Rendición de cuentas: un enfoque para la administración pública". *Auditoría Pública*, No. 41, pp. 65-70
- BUSTILLOS ROQUEÑÍ, J. (2007): "Hacia una democracia de contenidos: La reforma constitucional en materia de Transparencia". Incluido en Carbonell, M. «coordinador». *Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Serie de estudios jurídicos* No. 121, 03 de Diciembre de 2007, pp. 1-174. Libro electrónico, se encuentra en la siguiente dirección: www.ifai.org.mx, fecha de consulta: 09-03-09
- CÁRCABA GARCÍA, A. y GARCÍA GARCÍA, J. (2008): "Determinantes de la divulgación de información financier a través de Internet por parte de los gobiernos locales". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol. XXXVII, No. 137, Ene-Mzo 2008, pp. 63-84
- CHRISTIAENS, J. (1999): "Financial accounting reform in flemish municipalities: an empirical investigation". *Financial Accounting and Management*, 15-1, February 1999, pp. 21-40
- CHOW, CH. y WONG BOREN, A. (1987): "Voluntary financial disclosure by Mexican Corporations". *Accounting Review*, 62-3, pp. 533-541
- CERF, A.R. (1961): "Corporate reporting and Investment Decision". *Berkley, California: University of California Press*.

- COOK, T.E. (1992): "The Impact of Size, Stock Market Listing and Industry Type on Disclosure in the Annual Reports of Japanese Listed Corporations". *Accounting and Business Research*, Summer 1992, No. 22, pp. 229-237
- DEBERCENY, R., GRAY, G. y RAHMAN, A. (2002): "The determinants of Internet Financial Reporting". *Journal of Accounting and Public Policy* 21, pp. 371-394
- DHALIWAL, D. S. (1980): "Improving the quality of corporate financial disclosure". *Accounting and Business Research* 10 (Autumn), pp. 385-391
- EVANS III, J. H. y PATTON, J. M. (1987): "Signaling and monitoring in public sector accounting". *Journal of Accounting Research*, No. 25, Supplement, pp. 130-158
- FIRTH, M. (1979): "The impact of size, stock market listing, and auditors on voluntary disclosure in corporate annual reports". *Accounting and Business Research*, Autumn, Tomo 9, pp. 273-280
- GANDÍA, J. y ARCHIDONA, M. (2008): "Determinants of web site information by Spanish city councils". *Online Information Review*, Vol. 32, No. 1, pp. 35-57
- GINER INCHAUSTI, B. (1997): "The influence of company characteristics and accountin regulation on information disclosed by Spanish Firms". *The European Accounting Review*, 6:1, pp. 45-68
- GIROUX, G. y MCLELLAND, A. (2003): "Governance structures and accounting at large municipalities". *Journal of Accounting and Public Policy* No. 22, pp. 203-230
- GONZÁLEZ DÍAZ, B. (2005): "La actuación de los órganos de control externo en la fiscalización de las universidades públicas". *Hacienda Pública Española/Revista de Economía Pública*, 172-(1/2005), pp. 147-177
- GORE, A. (2004): "The effects of GAAP regulation and bond market interaction on local government disclosure". *Journal of Accounting and Public Policy* No. 23, pp. 23-52
- INGRAM, R. (1984): "Economic incentives and the Choice of State Government Accounting Practices". *Journal of Accounting Research*, Vol. 22, No. 1 Spring, pp. 126-144
- LASWAD, F.; FISHER, R. y OYELERE, P. (2005): "Determinants of voluntary Internet financial reporting by local government authorities". *Journal of Accounting and Public Policy*, No. 24, pp. 101-121

LÓPEZ-AYLLÓN, S. (2006): “Democracia, Transparencia y Constitución. Propuesta para un debate necesario”. Incluido en López-Ayllón, S. «coordinador» (2006). Instituto Federal de Acceso a la Información – Universidad Nacional Autónoma de México (Instituto de Investigaciones Jurídicas: Serie doctrinal Jurídica No. 350), México 2006, P.p. 3-262. Libro electrónico, se encuentra en la siguiente dirección: <http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=2251> Fecha de consulta: 09 de marzo de 2009.

MALONE, D.; FRIES, C. y JONES T. (1993): “An empirical investigation of the extent of corporate financial disclosure in the oil and gas industry”. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, Boston: Summer. Tomo 8, No. 3, pp. 249-276

MARTÍNEZ GONZÁLEZ, A. (2005): “Nuevos Enfoques de la rendición de cuentas para las entidades públicas. Estudio de la difusión de información a través de Internet por las entidades locales catalanas”. *Auditoría Pública*, No. 36. pp. 83-100

ROBBINS, W. y AUSTIN, K. (1986): “Disclosure Quality in Governmental Financial Reports: An Assessment of the Appropriateness of a Compound Measure”. *Journal of Accounting Research*, Vol. 24, No. 2 Autumn 1986. pp. 412-421

SERRANO-CINCA, C., RUEDA-TÓMAS, M. y PORTILLO-TARRAGONA, P. (2008): “Factors Influencing E-Disclosure in Local Public Administrations” *Documento de trabajo 2008-03, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Zaragoza*. Recurso electrónico: www.dteconz.unizar.es/DT2008-03.pdf, fecha de consulta: 10-06-2009

STYLES, A. y TENNYSON, M. (2007): “The accessibility of financial reporting of U.S. municipalities on the internet”. *Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management*, 19-1, pp. 56-92

UGALDE RAMÍREZ, L. (2002): “Rendición de cuentas y Democracia. El caso de México”. *Instituto Federal Electoral (IFE), Primera Edición*, Abril de 2002, pp. 9-54

VALVERDE LOYA, M. (2004): “Transparencias, acceso a la información y rendición de cuentas: Experiencias de la Unión Europea y México”. *IX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, Madrid, España, 2 – 5 Nov. 2004

ZIMMERMAN, J. (1977): “The Municipal Accounting Maze: An Analysis of Political Incentives”. *Journal of Accounting Research*, Vol. 15, pp. 107-144



EVOLUCIÓN DE LA GOBERNANZA UNIVERSITARIA PÚBLICA EN ESPAÑA DE LA GESTIÓN AL CONTROL

*Dr. David Ceballos Hornero
Universitat de Barcelona*

*Departamento de Matemática Económica, Financiera y Actuarial. Facultad de Economía y Empresa.
Av. Diagonal 690. 08034, Barcelona (España)*

ceballos@ub.edu

Nacionalidad: española

Fecha de envío: 19/Abril/2015

Fecha de aceptación: 09/Mayo/2015

RESUMEN

La gobernanza de la universidad española ha ido evolucionado desde la preocupación por una organización académica eficaz a una gestión eficiente, desde una organización vertical o una tecnificada, y actualmente a una decisión justificable desde el punto de vista de responsabilidad pública. Ello supone una evolución desde el énfasis en la gestión a la preocupación por el control, que complica la decisión.

Esta evolución está produciendo que la conocida figura del gestor-académico sea sustituida por una necesidad de unidades técnicas o de asesoramiento experto externo para añadir en la decisión, como mínimo, las componentes académica, de control jurídico, económico-financiero y comunicativo.

El resultado es una gobernanza universitaria más compleja y de mayores costes estructurales que no redundan en el resultado ni en una aplicación total de los recursos a la finalidad con la que se conceden por los costes de decisión y de transparencia.

PALABRAS CLAVE: Gobernanza universitaria, gestión pública, profesionalización, control, transparencia

INTRODUCCIÓN

La Educación superior no es un bien público puro, en el sentido definido por Samuelson (1954) porque no hay ausencia de rivalidad en su consumo (*numerus clausus*) ni de exclusividad (precio de la matrícula). Además los beneficios individuales o privados para el que se forma (mayores salario medio, mayor esperanza de vida, etc.) son mucho mayores (en media duplican según datos OCDE), que los públicos o sociales (mayor recaudación impositiva, mejor consumo bienes públicos de sanidad, seguridad u ocio), y por eso no siempre es dominante una oferta pública. Si bien, desde diferentes organismos internacionales, como la ONU o la UNESCO, se defiende las políticas públicas en Educación superior debido a los grandes beneficios sociales y externalidades positivas que tienen en la salud, ocio, cultura, igualdad, seguridad o crecimiento económico, porque el consumo de estos últimos bienes públicos por personas con formación universitaria es de mayor calidad que entre personas con formación más baja.

El impulso de políticas públicas para fomentar estos efectos de la Educación superior no es igual en todos los países ni áreas geográficas, así no todos los sistemas universitarios son proveídos por el sector privado con el soporte de las políticas públicas, sino que hay zonas donde el Estado ha encabezado el impulso para una acceso universal a la Educación superior con un sistema público de universidades. Este es el caso de la universidad española, y también en gran parte del área geográfica latinoamericana, donde la universidad es principalmente pública, tanto por el volumen de alumnos matriculados respecto al total de universitarios como por su volumen de actividad en investigación y otros resultados de la Educación superior. En España, la universidad pública representa cerca del 90% de los estudiantes y del profesorado e investigadores, más del 60% de la actividad de I+D de todo el país.

Esta evolución ha llevado a que se formen grandes entidades públicas con miles de empleados y alumnos, y presupuestos de cientos de millones de euros, donde la gestión no es ni sencilla ni amateur. Al tamaño de la universidad pública (con una media de casi 25.000 alumnos, más de 2.000 profesores, más de 1.000 personal administrativo y técnico, y un presupuesto de cerca de 200 millones de euros anuales), hay que añadir la proliferación de entidades dependientes en forma de fundaciones, empresas (comerciales, spin off, start-up...) o entes con gestión propia (colegios mayores, servicios de idiomas o de deportes...) que el informe de fiscalización del Tribunal de Cuentas del año 2012 cifra en 574 para un total de 51 universidades públicas españolas.

Esta complejidad, como en el resto de la Administración pública española, ha llevado que la universidad pública también se haya incorporado a los debates y evolución de la gestión pública, sobre todo a partir de los años 80 del siglo pasado (coincidiendo con su gran crecimiento en actividad, alumnos y presupuesto), con el paradigma de la Nueva Gestión Pública. Este paradigma hace hincapié en una administración eficiente, eficaz, competitiva y rentable, que añade prácticas de gestión privada a la administración burocrática más clásica.

Pero el propio crecimiento de la universidad pública, unido a las últimas crisis económicas, ha derivado que no sólo se hayan incorporado perfiles gerenciales más profesionales en la gestión universitaria, sino también la necesidad de unidades más técnicas y mayores controles. Tan es así, que la reciente Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información y buen gobierno, establece nuevos controles y sanciones para un cumplimiento del gobierno público, que también incluye a las universidades. Todo con el objeto de permitir una mejor fiscalización de la actividad pública y una promoción de la eficiencia y la eficacia que favorezca el crecimiento económico.

Por tanto, se observa la introducción no solamente del lenguaje económico en la gestión pública, sino también la necesidad un gobierno transparente y responsable, que exige a los cargos públicos una mayor atención de la gestión, y en última instancia su control.

MARCO TEÓRICO

El gestor universitario muchas veces también desempeña o proviene de las funciones académicas. Un académico preocupado por las cuestiones de organización y autonomía que se ven limitados por las exigencias de mayores controles y profesionalidad en la elaboración de la información, principalmente la económico-financiera y la de recursos humanos. La existencia de gestores-académicos inundaba la universidad española en los años 70-90, se ha ido sustituyendo por perfiles gerenciales más profesionales con la introducción del paradigma del nuevo gerencialismo y la reducción de la autonomía universitaria a la académica y cuestiones de organización interna. El gestor universitario ha ido evolucionando hacia desde un mero agente administrativo, a un gestor-académico y finalmente a un gestor profesional cualificado. Ello supone dos bases teóricas. Por un lado, el paradigma de la nueva gestión pública, más profesional y con principios de gestión privada. Y, por el otro lado, la discusión sobre la gobernanza universitaria.

Así, por un lado, según García (2007), la nueva gestión pública promueve una administración eficiente y eficaz, es decir, una administración que satisfaga las necesidades reales de los ciudadanos al menor coste posible, favoreciendo para ello la introducción de mecanismos de competencia que permitan la elección de los usuarios y a su vez promuevan el desarrollo de servicios de mayor calidad. Todo ello rodeado de sistemas de control que otorguen una plena

transparencia de los procesos, planes y resultados, para que por un lado, perfeccionen el sistema de elección, y, por otro, favorezcan la participación ciudadana.

Para Sánchez y López (2013), el gobierno de las universidades no es ajeno a este paradigma, como tampoco es inmune a los cambios políticos, sociales, económicos y culturales experimentados en las últimas décadas. Las universidades españolas no han permanecido ajenas a estos cambios producidos en el gobierno y la gestión de las instituciones universitarias a nivel internacional, haciendo hincapié en la eficacia y el rendimiento. Así, el nuevo gerencialismo, que surge en la Inglaterra de 1980, supuso la adopción, por parte de las organizaciones del sector público de formas, tecnologías, prácticas y valores asociados tradicionalmente con el sector privado, proceso al que no han permanecido ajenas las instituciones de educación superior (Deem, 1998).

El nuevo gerencialismo o nueva gestión pública se puede resumir, según Sánchez (2007), en los siguientes cuatro pilares:

Pilares de la nueva gestión pública

PUBLIC CHOICE	COSTES DE TRANSACCIÓN	NEO-TAILORISMO	TEORÍA DE LA AGENCIA
Introducción del sector privado en la producción pública	Reestructuración organizativa en relación con la función de coste más óptima	Reducción de la burocracia y sus normas de actuación	Implantación de herramientas de control vinculadas al ejercicio de responsabilidades
Introducción de mecanismos de competencia		Simplificación de la estructura jerárquica	Implantación de procesos de rendición de cuentas
		Perfeccionamiento de los mecanismos de motivación, vinculados a sistemas de control	
NUEVA GESTIÓN PÚBLICA			

Reformas en la estructura orgánica
Racionalización normativa y cultural
Transparencia de la Administración

Leeuw (1996), por su lado, destaca que la nueva gestión pública enfatiza la aplicación de conceptos como economía, eficiencia y eficacia en la organización gubernamental, así como los instrumentos políticos y sus programas, esforzándose por alcanzar la calidad total en la prestación de los servicios, todo ello, dedicando menor atención a las prescripciones procedimentales, las normas y las recomendaciones (la parte burocrática). Podríamos resumir que la nueva gestión pública persigue la creación de una administración eficiente y eficaz, es decir, una administración que satisfaga las necesidades reales de los ciudadanos al menor coste posible, favoreciendo para ello la introducción de mecanismos de competencia que permitan la elección de los usuarios y a su vez promuevan el desarrollo de servicios de mayor calidad. Todo ello rodeado de sistemas de control que otorguen una plena transparencia de los procesos, planes y resultados, para que por un lado, perfeccionen el sistema de elección, y, por otro, favorezcan la participación ciudadana.

El otro debate que también hay que destacar tiene que ver con la distinción entre los conceptos de gestión (*management*) y gobernanza (*governance*) en las instituciones de educación superior. La gobernanza de la Universidad, su relación con los procesos de gestión institucional y los mecanismos y esquemas apropiados de gobernabilidad han recibido una atención considerable en los últimos años (Deem, Hillyard y Reed, 2007). El debate ha surgido en torno a los cambios de énfasis entre el enfoque corporativo o empresarial que da prioridad al desarrollo de estrategias institucionales a través de la toma de decisiones de equipos de gestión y los enfoques colegiados – con el que la gobernanza guarda relación– que dan primacía a los aspectos de autonomía académica y de toma de decisiones colectivas.

Shattock (2003) entiende que, si bien la gobernanza y la gestión son funciones teóricamente independientes, tienen estrechas relaciones en el contexto de la educación superior, de un modo diferente al que aparece en el mundo empresarial porque la gobernabilidad opera en muchos más niveles en el ámbito universitario que en muchos otros campos.

En el contexto universitario, se diferencia entre la gestión académica universitaria de la gestión administrativa. En el primer caso se alude a los procesos mediante los cuales los académicos dirigen los órganos o instituciones a cuyo frente se ubican con el propósito de cumplir los proyectos estratégicos planteados, mientras que la gestión administrativa recae en los técnicos responsables de la tramitación y resolución de las decisiones tomadas por los gestores académicos. Gobernanza sería el término que englobase a los dos conceptos mencionados y que trataría de articularlos acertadamente puesto que ambos procesos son necesarios para el éxito de la institución. Para Ferlie, Musselin y Andresani (2008) gobernanza no solo hace referencia a las formas de organización, como lo hace el término gestión (*management*), sino que también permite un mayor equilibrio entre los actores implicados, una mayor democracia consensuada y consecuentemente la coproducción de políticas públicas entre actores más numerosos, más diversos y más iguales.

dRESULTADOS

Los debates de gestión y gobernanza universitaria explican la evolución de la universidad pública española, que Solé y Llinàs (2011) establecen en cuatro etapas:

- Hasta los años setenta del siglo pasado la universidad española respondía a un modelo de *universidad vertical*, donde la unidad básica era la cátedra desde donde se alimentaba el resto de la estructura de órganos de gobiernos y funcionamiento. Una estructura que era suma de facultades y las diferentes agrupaciones de temáticas de los catedráticos.

Previamente, la universidad española era mucho más pequeña y simple en su ordenamiento, con una jerarquía que comenzaba en el rector, y donde el gobierno, como en el modelo vertical, dependía prácticamente de académicos con algún soporte administrativo.

- Con el crecimiento de actividad, de alumnado y el número de áreas de conocimiento (especialización) entrados los años 80 del siglo XX, los mayores servicios y necesidades de la universidad (funciones de investigación, servicios complementarios a la docencia oficial, etc.), la universidad española empieza a estructurarse según un modelo de *universidad matricial*, con la creación de estructuras departamentales que organizan la docencia y la investigación. Una nueva estructura que exige una mayor profesionalización del soporte administrativo y de gestión, fomentando la conocida figura del gestor-académico, además de mayores soportes y estructuras administrativas y de gestión.
- La proliferación de nuevos servicios para el profesor-investigador y las demandas estudiantiles (bibliotecas, infraestructuras de investigación, flexibilidad de gestión, deportes, alojamiento, idiomas, etc.), sobre todo a partir de la década de 1990, impulsan una mayor profesionalización de la gestión y la aparición de nuevos responsables y entidades jurídicas.

Se entra, así, en la *universidad moderna*, con gestores universitarios de carrera no académica sino de gestión, principalmente en la administración aunque no exclusivamente y la consolidación del paradigma de la nueva gestión pública.

Los principios de organización y económicos son los que guían la respuesta de gestión a la creciente exigencia de servicios como los de informática o relación con la empresa, o a la externalización del mantenimiento, seguridad o limpieza.

Una organización moderna que permite, no sólo la introducción de las nuevas tecnologías, sino también el crecimiento en funciones (tercera misión), y la progresiva sustitución del gestor-académico, visualizando dos jerarquías universitarias: la de gestión y la académica, aunque las dos convergieran en la figura del rector.

- Finalmente y en la actualidad, con el dinamismo de la actividad universitaria, tanto de innovación docente (p.e. online), como en investigación (internacionalización de la colaboración gracias a las nuevas tecnologías), como en la tercera misión de relación con el entorno (responsabilidad social, transferencia conocimiento), aparecen subunidades, casi virtuales, que operan autónomamente y con personal técnico al uso, como institutos de investigación, equipos docentes, cátedras temáticas o fundaciones especializadas, que rompe con la tecnoestructura gerencial descentralizando y desestandarizando la decisión de gestión.

Es lo que llaman Solé y Llinàs (2011) como *universidad tecnópolis*.

La universidad pasa a ser un conglomerado complejo de entes, con y sin personalidad jurídica, de relaciones en red, donde la dependencia jerárquica que permitía la administración burocrática y la decisión de arriba-abajo va perdiendo efectividad a favor de respuestas más ágiles y técnicas a las necesidades y problemáticas que va generando el crecimiento de la actividad universitaria.

Esta evolución, como en el debate de la nueva gestión pública, lleva a una mayor complejidad de la decisión y la aparición de nuevos controles y normativas que garanticen el conocimiento de la actividad y de la gestión pública. El propio rápido crecimiento de la universidad pública ha llevado a una gestión un tanto opaca para la sociedad por cuanto que no es fácil la adaptación del imaginario colectivo de lo que es una universidad actualmente respecto al funcionamiento de hace unas décadas ni a la pequeña que se percibe en la época estudiantil.

El efecto es la demanda de mayor transparencia y rendición pública de cuentas, primando el control sobre el resultado. Un control que ha llevado a que la decisión se vaya desplazando hacia los órganos colegiados más ejecutivos de la universidad en el sentido de tenerse que exponer colectivamente su justificación, necesidad o urgencia. Así, existen propuestas para reforzar el papel de los Consejos Sociales, órgano mixto de control creado en 1983, o bien fusionar en el máximo órgano de decisión de la universidad los miembros académicos con representantes externos y sociales propios del Consejo Social. Sin embargo, la realidad en la universidad pública española es la preferencia por la decisión y gestión interna y la preeminencia de los órganos académicos. Principalmente Consejo de dirección (rector y su equipo) y Consejo de Gobierno.

Respecto a la acción y la actividad universitaria, por el propio crecimiento de la misma, se hayan ido descentralizando y gestionando autónomamente, y, por tanto, la ejecución acaba siendo más horizontal que vertical.

Así, según el documento “La gobernanza de la universidad y sus entidades de investigación e innovación” de la Estrategia Universidad 2015 (2010), en el terreno de la gobernanza universitaria en la actualidad se extraen las siguientes tendencias:

- Tendencia general a la disminución de la regulación, al aumento de la autonomía universitaria dentro de un marco legal de referencia y paralelamente, incremento del proceso de control, evaluación y rendición de cuentas a la sociedad y ante la autoridad competente.
- Tendencia a contar con una Junta de Gobierno con creciente presencia de miembros externos a la Universidad.
- Fortalecimiento del poder de los órganos ejecutivos: rector y su equipo de gestión, generalmente nombrado por él mismo. Mayor autonomía, autoridad y margen de maniobra para cumplir con los objetivos marcados por la Junta de Gobierno y en contraposición, mayor responsabilidad, ya que ha de rendir cuentas de los resultados de su gestión a la Junta que le eligió.
- Tendencia creciente a la profesionalización de las tareas de gestión universitarias, esto es, de que formen parte del equipo ejecutivo profesionales de la organización y la gestión de empresas/instituciones, aunque no sean académicos, que sirvan de apoyo a los rectores, decanos, etc., y lleven, en la práctica, la gestión del día a día de la institución. Incluso en la designación de rector, decanos y demás figuras de autoridad, deviene significativo el que posean conocimientos y capacidades de gestión profesionalizada, sean académicos o no. La presencia de staff profesionalizado y con conocimientos y aptitudes específicas en las tareas de gestión de organizaciones sería especialmente importante en las unidades de las universidades que se encargan de tareas como la investigación y la innovación y la relación con el sistema productivo y el entorno territorial de la universidad pública.
- Tendencia a la disminución del poder de los órganos colegiados representativos de la comunidad académica, esto es, del Senado o Claustro Académico.

- También se suele incentivar cada vez más a las universidades a que incrementen sus recursos mediante la apelación al sector privado, por ejemplo, en forma de donaciones y mecenazgo, acuerdos de cooperación con empresas, creación de empresas (spin offs) o incluso incrementando las tasas a pagar por los usuarios de la universidad pública en caso de que ésta decida ofrecer servicios diferenciales o nuevas y mejores instalaciones.

Esta evolución y tendencias en la gobernanza universitaria ha ido pasando por varios niveles, desde la aparición de códigos de buenas prácticas, indicadores de seguimiento de la calidad, modelos de vinculan la financiación pública a resultados y controles de calidad, iniciativas de fomento de la transparencia y medidas de autonomía, y hasta políticas públicas que fomenten reformas híbridas para relacionar al sector público y el privado desde la competencia, reforzando así su colaboración al competir en el mismo mercado o bien fomentando la competencia interna dentro del sistema para estimular la responsabilidad de los gestores en la competencias por los recursos. Una evolución que, como se ha dicho, hace más compleja de decisión, y aunque la responsabilidad sea a título individual, acaba derivando a la formación de equipos asesores y técnicos para ayudar al análisis, comunicación y justificación de cada decisión. Esta evolución llega en su máximo punto en España en la actualidad con la ley 19/2013 que determina los principios generales de buen gobierno:

- 1.º Actuar con transparencia.
- 2.º Ejercer las funciones con dedicación al servicio público.
- 3.º Respetar el principio de imparcialidad.
- 4.º Asegurar un trato igual.
- 5.º Actuar con la diligencia debida.
- 6.º Mantener una conducta digna.

7.º Asumir la responsabilidad de las decisiones.

Y los principios de actuación:

1.º Desempeñar la actividad con plena dedicación.

2.º Guardar la debida reserva.

3.º Poner en conocimiento de los órganos competentes cualquier actuación irregular.

4.º Ejercer los poderes que les atribuye la normativa vigente con la finalidad exclusiva para la que fueron otorgados.

5.º No implicarse en situaciones, actividades o intereses incompatibles con sus funciones.

6.º No aceptar para sí regalos que superen los usos habituales, sociales o de cortesía, ni favores o servicios en condiciones ventajosas que puedan condicionar el desarrollo de sus funciones.

7.º Desempeñar sus funciones con transparencia.

8.º Gestionar, proteger y conservar adecuadamente los recursos públicos.

9.º No valerse de la posición en la Administración para obtener ventajas personales o materiales.

Principios, que aunque sean intuitivos y de general aceptación, suponen un régimen sancionador respecto al gestor y el cargo público, sobre todo en los aspectos económico-financiero que hacen que el perfil más clásico de gestor-académico, e incluso el actual más profesional, sea insuficiente para la seguridad en la decisión. Ello promueve la generación y demanda, bien de unidades internas especializadas, bien de servicios externos profesionales para el asesoramiento en la decisión, no tanto por la parte estratégica más clásica, sino en las garantías jurídicas, contables, de valoración

imparcial, de conflicto de intereses, etc. Es decir, aumenta el énfasis en el control en detrimento de la ejecución o el resultado, de forma que puede llegar a ser preferible una elección defendible a un buen resultado para la institución pública. Preferencia que aumenta según el volumen de escándalos en la Administración pública.

CONCLUSIONES

El desarrollo de la nueva gestión pública en la universidad española ha supuesto constitución de unidades gerenciales potentes conformes la universidad española crecía en dimensión y actividad, desde la universidad casi docente de los años 1970 a la universidad de mayor intensidad en investigación, mayores constes de matrícula y mayor volumen de personal técnico y especializado, sea de investigación, financiero, jurídico, etc. Una evolución que, con la crisis económica, ha acentuado la presión sobre la transparencia y el control, como es la aparición de la Ley 19/2013 y la constatación de responsabilidades en caso de no cumplimiento de los principios de buen gobierno.

Esta evolución, como en el debate de la nueva gestión pública, lleva a una mayor complejidad de la decisión y la aparición de nuevos controles y normativas que garanticen el conocimiento de la actividad y de la gestión pública. El propio rápido crecimiento de la universidad pública ha llevado a una gestión un tanto opaca para la sociedad por cuanto que no es fácil la adaptación del imaginario colectivo de lo que es una universidad actualmente respecto al funcionamiento de hace unas décadas ni a la pequeña que se percibe en la época estudiantil. El efecto es la demanda de mayor transparencia y rendición pública de cuentas, primando el control sobre el resultado. Un control que ha llevado a que la decisión se vaya desplazando hacia los órganos cada vez más amplios e interdisciplinarios, en el sentido de tenerse que analizar las

diferentes dimensiones de la decisión: jurídica, económica, académica, comunicativa... Aunque, por el propio crecimiento de la universidad española, la acción y la actividad se hayan ido descentralizando y gestionando autónomamente, y, por tanto, la ejecución sea más horizontal que vertical.

Así, en las últimas décadas se ha pasado del gestor-académico, a la incorporación de licenciados y expertos en gestión, y, finalmente, a la formación de dos cuerpos (uno académico y otro de gestión) diferenciados en sus jerarquías, a parte del órgano superior. Una evolución mucho más rápida que las posibilidades de adaptación de los órganos que estructuran académicamente la universidad, que ha pasado de una jerarquía vertical a un matricial, pero sin llevar a adecuarse a la universidad moderna ni a la actual tecnópolis que clasifica Solé y Llinàs (2011).

La mejora de la gobernanza, por tanto, es una de los temas más importantes de la agenda política de la Educación superior en Europa. Implantar un modelo de gobernanza adecuado a la estrategia institucional elegida es esencial. Para este modelo se trabaja con dos tipos de instrumentos, por un lado, los políticos que fomentan el intercambio de buenas prácticas y herramientas de rendición de cuentas. Y, por otro lado, los instrumentos financieros que a través de programas, iniciativas y pilotos aportan recursos para la adaptación y generación de nuevas entidades y consorcios (Bengoetxea, 2012). Pero esta complejidad de gobernanza, en un contexto de mayor exigencia en las responsabilidades públicas, deja al gestor y al cargo público en una mayor incertidumbre respecto a su decisión que ya no sólo tiene de guiarse por la eficacia en la organización y servicio académicos.

Hace un siglo en España, y en particular en la Universitat de Barcelona, había intensos debates de mejora de la gestión y gobernanza universitaria que se basaban en la búsqueda de una mejor

organización de las titulaciones y estructuras para que redundase en la calidad de la enseñanza y la relación de la universidad con la cultura local. Prácticamente se consolidan los órganos de gobierno colegiados y la jerarquía competencial, que hay llegado hasta nuestros días con la configuración de tres cargos natos: el rector como máxima autoridad, la secretaría general como fedataria pública y el gerente o administrador del patrimonio de la universidad. Esta división de la decisión entre la estratégica-académica, la jurídica y la económica en la actualidad se complica porque las exigencias de responsabilidad y de buen gobierno recaen sobre la decisión, la cual termina incorporando las otras partes, inicialmente organizadas para dar respuesta al procedimiento administrativo de los procesos internos y al control presupuestario.

Esta complejidad aparece, siguiendo a Berman (1997), porque el sector público mantiene tres críticas por parte de la ciudadanía: se siente ignorada, considera que el gobierno no le atiende y encuentra las políticas públicas inefectivas. Críticas que se combaten desde la información, primero explicitando el programa de gobierno y los intereses generales que defiende, incorporar a los ciudadanos en el proceso de decisión (consulta) y, por último, evaluando el grado de eficiencia. Todo tiende hacia una mayor transparencia en forma de información justificativa, no tanto del resultado, sino del proceso. Lo que genera la tendencia a unidades más grandes y especializadas de soporte (control interno, asesoría jurídica, comunicación, análisis de riesgos, control económico-financiero...) y programas y aplicativos de mayor control e información. Todo ello genera, además de un aumento de los costes estructurales de funcionamiento, una complejidad en la decisión porque tiene que pasar por mayores filtros técnicos antes de la orientación política.

Una consecuencia de todo este proceso es que la gobernanza universitaria ha evolucionado desde un interés hace un siglo en la mejora del servicio y organización académica hacia gestores más profesionales conforme aumentaban los recursos, y, finalmente, hacia organizaciones de mayor

complejidad en la decisión final por los controles previos por los que tiene que pasar de forma que se tiende a abrir una brecha con el objetivo inicial de la mejora académica debido al peso de la justificación en el proceso de decisión.

BIBLIOGRAFÍA

- Bengoetxea, E. (2012) La reforma de la gobernanza de la educación superior en la práctica. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 9(2), 86-97.
- Berman, E. (1997) Dealing with Cynical Citizens. *Public Administration Review*, vol. 57 (2), 105-112.
- Deem, R. (1998) New managerialism and Higher education: the management of performances and cultures in universities in the United Kindom. *International Studies in Sociology of Education*, 8(1), 47-70.
- Deem, R., Hillyard, S. y Reed, M. (2007) *Knowledge, higher education and the New Managerialism: the changing management of UK universities*. OUP.
- Ferlie, E., Musselin, C. y Andresani, G. (2008) The steering of higher education systems: A public management perspective. *Higher Education*, 56(3), 325-348.
- García, I. (2007) La nueva gestión pública: evolución y tendencias. *Presupuesto y Gasto Público*, 47, 37-64. Instituto de Estudios Fiscales.
- Leeuw, F. (1996) Performance Auditing, New Public Management and Performance Improvement: Question and Answers. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 9(2), 92-102.

- Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de *transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno*. Boletín oficial del Estado núm. 295, de 10/12/2013.
- Ministerio de Ciencia e Innovación, Fundación CYD y Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (2010) *Estrategia Universidad 2015. La gobernanza de la universidad y sus entidades de investigación e innovación*.
- Ramírez, D. (2014) *Efectos de la evolución de la inversión pública en Educación superior: un estudio del caso español y comparado*. Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras.
- Samuelson, P. (1954) The Pure Theory of Public Expenditure. *The review of Economics and Statistics*, vol. 36 (4), 387-389.
- Sánchez, M. y López, J. (2013) Buenas prácticas de gobierno y gestión en la universidad. Ediciones Universidad de Salamanca *Teoría de la Educación*, 25(1), 125-148.
- Shattock, M. (2002) Re-balancing modern concepts of university governance. *Higher Education Quarterly*, 56 (3), 235-244.
- Solé, F. y Llinàs, X. (2011) De la burocracia profesional a la tecnópolis: desafíos estratégicos de la gestión universitaria. *Revista de Educación*, 355, 17-32.
- **Tribunal de Cuentas (2015) Informe de fiscalización de las universidades públicas, ejercicio 2012.**



LA SUSTENTABILIDAD FINANCIERA DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS

Autor:

Enrique Pérez Santana

CETYS Universidad

Av. CETYS No. 4, Frac. El Lago. Tijuana Baja California. CP 22210

enrique.perez@cetys.mx

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 25/Mayo/2015

Resumen

El objetivo central de este trabajo es explorar que es factible la sustentabilidad financiera de las universidades privadas particularmente en México, de carácter no lucrativo y consideradas de excelencia, a través de fondos públicos.

La pregunta central que guía este trabajo es: ¿Es posible que el sector público otorgue recursos financieros a Instituciones de Educación Superior Privadas?

Se plantea la siguiente hipótesis de trabajo:

Siempre y cuando las Instituciones de Educación Superior Privadas demuestren ser de excelencia y calidad, promuevan la equidad y responsabilidad social, y sean de carácter no lucrativo, pueden tener acceso al presupuesto público para apalancar su sustentabilidad financiera

Se llega a dos conclusiones iniciales: a) la educación superior privada de calidad y de carácter no lucrativo es necesaria, pues coadyuva a la cobertura y equidad; b) como están definidas las reglas de operación de los fondos públicos que se destinan a las Instituciones de Educación Superior Publicas, no permiten su aplicación a las Universidades Privadas, por lo que se deberán buscar más opciones o alternativas de financiamiento que permitan su sustentabilidad sin modificar los objetivos de su creación. Una opción se encuentra en la Ley de Asociaciones Público Privadas.

Palabras clave: Financiamiento; Instituciones de Educación Superior; Responsabilidad Social; Sustentabilidad.

Introducción

La tesis principal que aquí se postula es que las alternativas y programas de financiamiento público a las Instituciones de Educación Superior Públicas (IES), también pueden ser aprovechadas por Instituciones de Educación Superior Privadas que demuestren ser de carácter no lucrativo; donde su esencia sea la excelencia y calidad, y que aunado a ello, permitan y fomenten la equidad, y la responsabilidad social.

El objetivo central de este trabajo es explorar, en el marco de la responsabilidad social de la educación superior, que es factible la sustentabilidad financiera de las universidades privadas de carácter no lucrativo y consideradas de excelencia, a través de fondos públicos.

De este objetivo general se desprenden los siguientes objetivos particulares:

- Desmitificar que la Educación Superior tiende a privatizarse.
- Demostrar que la Educación Superior Privada de excelencia coadyuva en la solución del problema de la cobertura, calidad y equidad.
- Plantear alternativas de financiamiento público a las instituciones de educación superior privadas.

1. Marco Teórico

El Artículo 3º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos garantiza el derecho de todos los mexicanos a recibir gratuitamente educación básica y media superior; señala, además, su obligatoriedad. También garantizará la calidad “con base en el mejoramiento constante y el máximo logro académico los educandos” (DOF 8/10/2013)

En cuanto a Educación Superior, el mismo Artículo Constitucional determina que “Las universidades y las demás instituciones de educación superior a las que la ley otorgue autonomía, tendrán la facultad y la responsabilidad de gobernarse a sí mismas; realizarán sus fines de educar, investigar, y difundir la cultura de acuerdo con los principios de este artículo, respetando la libertad de cátedra e investigación y de libre examen y discusión de las ideas; determinarán sus planes y programas; fijarán los términos de ingreso, promoción y permanencia de su personal académico; y administrarán su patrimonio” (DOF 8/10/2013).

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (DOF, 2013) destaca una meta fundamental: México con Educación de Calidad, con lo que se pretende “garantizar un desarrollo integral de todos los mexicanos y así contar con un capital humano preparado, que sea fuente de innovación y lleve a todos los estudiantes a su mayor potencial humano”

1.1 Cobertura

Como se puede deducir, a partir de los anteriores postulados, uno de los grandes propósitos de la educación superior o también llamada terciaria en México y en la mayoría de los países, es alcanzar índices cada vez más elevados de cobertura.

Con el crecimiento del llamado bono demográfico y el incremento en la demanda de personal calificado en las empresas, existe una presión incesante en las Instituciones de Educación Superior (IES) por ofrecer más espacios. Según Rodolfo Tuirán (Tuirán, 2012) la presión que ejerce la cobertura, retención y obligatoriedad en la educación media superior es el detonante que incrementa la demanda y por lo tanto la necesidad de ampliar la cobertura en la Educación Superior. Según el Plan Nacional de

Desarrollo 20013-2018 “la matrícula de educación superior es de 3.3 millones de alumnos, lo que representa una cobertura de 29.2%” aunado a que una de las percepciones de la sociedad mexicana es que a mayor nivel de escolaridad mejores puestos de trabajo, de ingreso y por lo tanto de movilidad social.

Asienta Tuirán, “poco más de las dos terceras partes del aumento en la matrícula proviene del régimen de sostenimiento público, esta meta supondría incorporar alrededor de 1 millón 770 mil estudiantes al subsistema público y 800 mil al subsistema particular”. Como se puede observar casi un tercio de la nueva matrícula estará atendida por Instituciones de Educación Privada; lo cual, sin duda será un apoyo definitivo a la presión social al Sector Público en términos de atención a los nuevos demandantes de servicios educativos, de infraestructura y posiblemente también de financiamiento.

1.2 Calidad

La calidad es otro de los elementos fundamentales en los análisis de la educación superior. Las exigencias de competitividad y productividad del mundo globalizado hacen necesario que los profesionistas del futuro que se preparan en las IES, sean suficientemente competentes en las áreas donde se están especializando, deben ser también personas con un alto sentido valoral y tener muy clara su responsabilidad ante la sociedad y la comunidad.

En el artículo 3º inciso II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se señala la garantía de que la educación “Será de calidad, con base en el mejoramiento constante y el máximo logro académico de los educandos”. En el Plan Nacional de desarrollo 2013-2018, como ya se señaló, uno de los objetivos estratégicos del gobierno mexicano es lograr un México con Educación de Calidad.

La UNESCO define la calidad en la educación superior como “un concepto multidimensional de múltiples niveles, dinámico, que se relaciona con los elementos contextuales de un modelo educacional, con la misión y fines institucionales, y con estándares específicos dentro de un sistema, institución, programa o disciplina determinados” (CINDA, 2009). En esta conceptualización la calidad depende de la misión, modelo y fines de cada Institución, que habrá que medir con respecto a estándares que pueden ser nacionales o internacionales que establecen organismos o agencias acreditadoras reconocidas por las autoridades educativas.

Se aprecia que el concepto de calidad debe tener un referente de medición que depende de la misión, objetivos y modelo académico de cada institución. En razón de ello, se ha impulsado que las universidades se someten a procesos de evaluación y acreditación por diferentes organismos que certifican la calidad de la educación que se ofrece.

1.3 Equidad

La equidad es también un aspecto de la mayor trascendencia en los análisis de la educación superior, pues todos tenemos derecho a recibir educación y tener las mismas oportunidades de recibir el servicio educativo; sin embargo como ya se mencionó, no hay suficientes espacios para todos y en muchas ocasiones las condiciones de los aspirantes a ingresar a la universidad tienen carencias económicas que les impiden cursar una carrera universitaria.

Como se mencionó antes, el impulso del gobierno de mexicano por ampliar la cobertura ha sido insuficiente para cubrir la creciente demanda de espacios educativos en la universidad; sin embargo, la gran inversión ejercida en favor de las IES públicas también ha tenido impactos en la equidad, pues los

espacios creados en el país han permitido que más jóvenes de estratos económicos menos favorecidos se incorporen a la universidad.

De este modo, como lo señala Tuirán (“con datos de las encuestas de ingresos y gastos en los hogares”) en 1992 el 10 por ciento de la matrícula en educación superior” estaba formada por jóvenes en situación de desventaja económica”, para el año 2010 “el peso relativo de los jóvenes de escasos recursos” aumento a “un poco más de 21 por ciento”; esto es, se duplicó el número de estudiantes de este segmento que inició estudios universitarios. “los jóvenes de segmentos medios representaban alrededor de 44 por ciento, mientras que en 2010 alcanzó el 48 por ciento. “Y los jóvenes de familias acomodadas concentraban el 46 por ciento en 1992”, quienes para el año 2010 disminuyeron al 31 por ciento. (Tuirán, 2012)

No solo la apertura de nuevos programas e instituciones han impactado en que más estudiantes estén inscritos en la educación terciaria; también es necesario apuntar que se han instrumentado varios programas de apoyo financiero, básicamente a través de becas. Así, entre 2007 y 2012 se otorgaron cerca de 2 millones y medio de becas con la creación de diversos programas tales como: Programa Nacional de Becas (PRONABES), Programa de Becas de Apoyo a la Practica Intensiva y al Servicios Social (PROBAPISS), Programa de Fortalecimiento de Becas para la Educación Superior y el Programa de Becas Universitarias.

Sin duda alguna y como complemento de los planteamientos iniciales antes mencionados, es importante subrayar el concepto de responsabilidad social de la educación superior que la UNESCO destaca como “uno de los pilares de la agenda mundial de la educación superior para potenciar su

contribución en la erradicación de la pobreza y el desarrollo sustentable” (UNESCO 2009). Ante este planeamiento fundamental, la ANUIES considera “como imperativo que el estado, la sociedad y las IES asuman plenamente su responsabilidad con el impulso prioritario de la educación superior, la ciencia y la tecnología para el desarrollo sustentable del país y la inclusión social de la población”. (ANUIES 2012).

II. Metodología

Por sus características y objetivos, esta investigación es de carácter descriptivo, ya que se pretende hacer planteamientos de financiamiento a la educación superior privada a partir de los programas y recursos que el sector público mexicano destina para el crecimiento y apoyo a la educación superior. Así también, fuentes de financiamiento de otras Universidades Privadas consideradas de excelencia y sin fines de lucro.

Con ello se intenta plantear y proponer opciones para que las IES privadas sean sustentables financieramente con el apoyo del sector público, no solamente otorgando los permisos de operación o REVOES, también apalancando con recursos financieros.

2.1 Objetivos

El objetivo central de este trabajo es plantear, en el marco de la responsabilidad social de la educación superior, que es factible la sustentabilidad financiera de las universidades privadas de carácter no lucrativo y consideradas de excelencia, a través de fondos públicos.

De este objetivo general se desprenden los siguientes objetivos particulares:

- Desmitificar que la Educación Superior tiende a privatizarse.
- Demostrar que la Educación Superior Privada de excelencia coadyuva en la solución del problema de la cobertura, calidad y equidad.
- Sugerir alternativas de financiamiento público a las instituciones de educación superior privadas.

2.2 Pregunta de investigación

La pregunta central que guía este trabajo es: ¿Es posible que el sector público otorgue recursos financieros a Instituciones de Educación Superior Privadas?

2.3 Hipótesis:

Siempre y cuando las Instituciones de Educación Superior Privadas demuestren ser de excelencia y calidad, promuevan la equidad y responsabilidad social, y sean de carácter no lucrativo, pueden tener acceso al presupuesto público para apalancar su sustentabilidad financiera

2.4 Alcances y limitaciones

Esta investigación es descriptiva, toda vez que, de acuerdo con la mayoría de las reglas de operación de los programas federales de apoyo y financiamiento a educación superior están “etiquetados” para las IES públicas. Aun así, se pretende fortalecer la tesis de que para las IES privadas es posible el acceso a

estos fondos, siempre y cuando exista evidencia de que su carácter es no lucrativo y demuestren ser reconocidas por su calidad, fomento e impulso a la equidad, sustentabilidad y responsabilidad social.

La información para este trabajo es obtenida de fuentes bibliográficas y documentales: informes, estadísticas y documentos oficiales, reportes de investigación publicados, etc.

De esta investigación se generan conclusiones que permitan elaborar planteamientos estratégicos para asegurar la sustentabilidad de las Universidades de carácter privado.

III. Resultados

3.1 Educación Superior Privada, ¿una necesidad?

Mucho se ha discutido el papel de la educación superior privada en el contexto del desarrollo educativo y las oportunidades de inserción social a través de cursar una carrera universitaria. Los análisis están centrados en la cobertura, pertinencia, calidad, equidad y financiamiento. (Muñoz Izquierdo, 2004; Muñoz Izquierdo, 2013; IESALAC/UNESCO, 2005; OCDE 2012; Rodríguez 2004).

Se han realizado tipologías de las Instituciones de educación superior de sostenimiento privado (Muñoz Izquierdo et al. 2004) con el fin de tener bases para conocer su funcionamiento, características, población a la que atienden formas de financiamiento, impacto en la cobertura, entre otros factores. En síntesis: se establecen “categorías analíticas” (Muñoz, 2004), que permiten diferenciar instituciones que se han consolidado en el tiempo, que tienen características bien diferenciadas de Instituciones emergentes, que surgen de la coyuntura en la oferta pública de espacios en las universidades de sostenimiento gubernamental y el crecimiento de la demanda de educación superior debido, principalmente al crecimiento demográfico y el mayor número de egresados del sistema de educación media superior.

En el mismo estudio de Muñoz Izquierdo, se pueden destacar dos grandes tipos de instituciones: a) consolidadas o en proceso de consolidación (de elite y de atención a grupos intermedios) y b) de “absorción de demanda” o emergentes.

Las primeras “son instituciones maduras, grandes, ofrecen más de tres áreas del conocimiento y amplio número de programas, imparten licenciaturas y posgrados, han definido y puesto en marcha un modelo educativo particular, realizan difusión cultural, tienen políticas de admisión reglamentadas y cuentan con una infraestructura y servicios adecuados” (Muñoz, p.171). Las de elite, además de ser consolidadas y tener las características mencionadas, ofrecen programas de doctorado, cuentan con un mayor número de profesores de tiempo completo y realizan investigación. Generalmente estas instituciones tienen procesos de mejora continua para asegurar la calidad, a través de la acreditación de sus programas por organismos acreditadores nacionales e incluso internacionales.

Por su parte las Instituciones emergentes o de atención a la demanda son “jóvenes, pequeñas, ofrecen menos de tres áreas del conocimiento, imparten preponderantemente licenciaturas y no hacen investigación ni difusión de la cultura” estas Instituciones “dado que han surgido con el *boom* de la educación privada que busca dar atención a una demanda creciente, a menudo son asociadas con una insuficiencia de sustento académico que pone en duda su calidad educativa” (Muñoz, p.172). Esta condición hace ver a la educación privada con una óptica de cierto sesgo que provoca generalizaciones y críticas a las IES de carácter privado, no siempre apegadas a la realidad, como se puede apreciar en esta tipología.

Se puede observar un crecimiento explosivo hacia el año 2000 donde de la matrícula en las IES privadas crece, con respecto al año 1990 cerca de 165 por ciento, lo cual hacía suponer “la privatización de la educación en México”; sin embargo no es así, ya que este incremento en la matrícula se debió mas a una coyuntura en las políticas públicas hacia la educación superior, al tomar la decisión de no incrementar el

gasto público en la educación y al crecimiento de la demanda debido al mayor número de estudiantes egresados de educación media superior que no encontraba espacios o eran rechazados por las IES públicas.

De acuerdo con los planteamientos anteriores, se puede llegar a una primera conclusión como respuesta a la pregunta: la educación superior privada es una necesidad? Se puede afirmar que, en efecto, la educación superior privada es necesaria, pues cubre una buena parte de la matrícula que demanda este servicio educativo; esto es, complementa la cobertura, aun cuando esta, en términos generales, es deficitaria, como ya se vio.

3.2 El financiamiento a la educación superior.

Otro de los temas trascendentes en el ámbito de la discusión de la educación superior es el financiamiento. Por supuesto que en este rubro son fundamentales las definiciones de políticas públicas. Así, la Ley General de Educación, recientemente aprobada (LGE. 2013), señala con precisión:

Artículo 25.- El Ejecutivo Federal y el gobierno de cada entidad federativa, con sujeción a las disposiciones de ingresos y gasto público correspondientes que resulten aplicables, concurrirán al financiamiento de la educación pública y de los servicios educativos. El monto anual que el Estado - Federación, entidades federativas y municipios-, destine al gasto en educación pública y en los servicios educativos, no podrá ser menor a ocho por ciento del producto interno bruto del país, destinado de este monto, al menos el 1% del producto interno bruto a la investigación científica y al desarrollo tecnológico en las Instituciones de Educación Superior Públicas. En la asignación del presupuesto a cada uno de los niveles de educación, se deberá dar la continuidad y la concatenación entre los mismos, con el fin de que la población alcance el máximo nivel de estudios posible.

El objetivo central del financiamiento a la educación superior es que esta permita mayores índices de desarrollo través del trabajo que los profesionistas lleven a cabo y se cumplan los grandes objetivos del desarrollo nacional y las aspiraciones de la sociedad por alcanzar el bienestar. En este sentido, como se señaló con anterioridad, los recursos que se destinan a la educación superior pública cada vez son más escasos y el gobierno ha tenido que ser mucho más cuidadoso al asignarlos a las universidades. El criterio principal es la calidad y el de los índices de titulación y de retención, donde se demuestre que los recursos son optimizados.

Estas políticas han orillado a las IES públicas a buscar otras fuentes de financiamiento que no siempre son bien aceptadas por la comunidad estudiantil, por ejemplo elevación de cuotas de inscripción, cobros por servicios o expedición de documentos, crear sus negocios (hoteles, clínicas de salud, restaurantes), impulsar la investigación aplicada en asociación con empresas, etc.; por ello se piensa que educación superior presenta una tendencia a la privatización, que a nuestro juicio es una concepción equivocada, toda vez que todos los programas de impulso a la calidad, equidad y cobertura son para las IES públicas. Cuando se analizan los objetivos, reglas de operación y funcionamiento de los programas, PIFI y PROMEP como los más significativos para las IES de carácter privado, queda claro que están diseñados para las universidades públicas y muy difícilmente las universidades privadas tienen acceso a estos fondos, no obstante que varias de ellas cumplen con los criterios de calidad, equidad, y coadyuvan con la cobertura, son consideradas de excelencia, tiene acreditaciones nacionales por COPAES, FIMPES; ANUIES, también internacionales como WASC, SACS, ACBSP y lo más importante: son laicas y no persiguen fines de lucro.

En este sentido se puede afirmar que la misión, visión, sus modelos educativos, así como, las condiciones de operación de estas instituciones de educación superior privada que cumplen y

mantienen criterios similares son un complemento de las universidades públicas, principalmente en materia de cobertura. Sin embargo, también desarrollan acciones de responsabilidad social donde existen iniciativas y programas de sustentabilidad; esta condición, a nuestro juicio, haría posible que las políticas de financiamiento a universidades públicas incluyera a esta tipo de universidades privadas, toda vez que la educación se estaría conceptuando en su real dimensión de bien social y público y bajo ninguna circunstancia como una mercancía.

3.3 Propuesta

Dadas las condiciones bajo las que operan y sustentan sus finanzas las instituciones de educación superior privadas: colegiaturas, educación continua sorteos, apoyos filantrópicos de egresados, empresarios, programas de vinculación con empresas generalmente regionales o locales, en algunos casos apoyos gubernamentales para ampliar el otorgamiento de becas, investigaciones aplicadas financiadas por CONACYT o por las mismas empresas; aunado a la imposibilidad de tener acceso a fondos públicos de apoyo al incremento de la calidad y formación de maestros, debido a las reglas de operación y las disposiciones del presupuesto de egresos de la federación y otra restricciones legales, se puede encontrar una alternativa legalmente viable para que las IES privadas tengan acceso a recursos públicos: La Ley de Asociaciones Público Privadas (LAPP),

Con el apoyo y recursos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Gobierno pretende crear las condiciones jurídicas e institucionales propicias para el desarrollo de proyectos llamados de Asociación Público Privadas, y de esa forma contribuir a la competitividad y crecimiento económico del país, al

generar y promover la creación de empleos y la inversión, tal como lo señala el artículo 25 de nuestra Carta Magna.

El artículo 134 de nuestro máximo ordenamiento jurídico fija la concurrencia y la eficiencia de los tres órdenes de gobierno quienes tendrán la facultad para desarrollar de forma eficiente, programas que permitan aprovechar los recursos económicos que impulsen de forma directa al desarrollo regional, lo cual resulta de gran importancia para que la asignación de recursos a proyectos se puedan otorgar de forma más expedita y con un enfoque objetivo que impacten en el desarrollo de cierta región con necesidades muy específicas y definidas, como puede ser la educación superior.

La Ley de Asociaciones Público Privadas en su artículo 2 establece que los *“Proyectos de asociación público-privada regulados por ella, son todos aquellos que se realicen con cualquier esquema para establecer una relación contractual de largo plazo, entre instancias del sector público y del sector privado, para la prestación de servicios al sector público, mayoristas, intermedios o al usuario final y en los que se utilice infraestructura provista total o parcialmente por el sector privado con objetivos que aumenten el bienestar social y los niveles de inversión en el País”*, agrega además, que dichos proyectos *deberán estar justificados, con un beneficio social y con una ventaja financiera frente a otros proyectos similares”*. (LAPP, 2012)

De lo anterior, se observa la relevancia, posibilidades y factibilidad que se abre para generar proyectos productivos o de alto impacto social en las localidades o regiones entre agentes privados y el sector público, cuyas asociaciones podrán solventar algunas de las necesidades más imperantes para la

misma sociedad. Sin duda aquí estaría incluida la cobertura en la educación superior, que se imparta con calidad, contribuyendo a la equidad, responsabilidad social y sustentabilidad, también proyectos que impacten en el bienestar integral de la comunidad y que las instituciones de educación superior privada estarían en posibilidad de atender.

Por otra parte, el Artículo 10 de la LAPP dicta que *“Los esquemas de asociación público-privada regulados en la presente Ley son opcionales y podrán utilizarse en relación con actividades cuya legislación específica prevea la libre participación del sector privado, o bien, mediante, el otorgamiento de permisos, autorizaciones o concesiones”* (LAPP, 2012), en este sentido, se abre una gama de opciones ante esta perspectiva legal, en la cual se pudieran enmarcar Proyectos de Prestación de Servicios Educativos acordes a las necesidades de la comunidad y a las posibilidades de ofertar dichos y variados servicios por parte de las instituciones de educación superior privadas, aprovechando las fortalezas con que cuentan, lo cual permitiría coadyuvar al desarrollo de la región y al mismo tiempo contar con apoyos financieros adicionales o allegarse de recursos para lograr la sustentabilidad a mediano y largo plazo en el marco de la responsabilidad social.

Esta alternativa debe ser estudiada con mucho detalle por las instituciones de educación superior privada, si y solo si cumplen con las condiciones ya multicitadas, principalmente de calidad, laicas y no lucrativas, donde la educación sea considerada un bien social y bajo ninguna circunstancia como una mercancía. Es una opción para hacer contratos donde gobierno, comunidad y universidades privadas de excelencia y calidad saldrían beneficiados.

IV. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

De los planteamientos elaborados en este trabajo, se llega a tres conclusiones:

a) La educación superior privada de calidad y de carácter laico y no lucrativo es necesaria pues complementa y coadyuva a la cobertura, equidad y a la responsabilidad social.

b) Tal y como están definidas las reglas de operación de los fondos públicos que se destinan a las instituciones de educación superior públicas, no permiten su aplicación a las universidades privadas, y por lo tanto no se pueden constituir como parte de su apalancamiento y sustentabilidad financiera.

Sin duda, y en tanto se puedan modificar legalmente los términos de referencia y reglas de operación para la aplicación de esos fondos, será necesario buscar otras opciones y alternativas de financiamiento que permitan su sustentabilidad sin modificar los objetivos de su creación.

c) Una alternativa viable que habrá que explorar con detalle es la Ley de Asociaciones Público Privadas que permite, a través de contratos específicos, obtener recursos públicos para proyectos educativos que permitan ampliar la cobertura en un marco de calidad, sustentabilidad y responsabilidad social.

De acuerdo con el planteamiento original de este trabajo y a la conclusión general y primaria de que actualmente no es posible que con fondos públicos se apoye a la educación superior de carácter privado, habrá que buscar otras alternativas de financiamiento a la educación privada en México, adicionales a las tradicionales de colegiaturas, aportaciones de consejeros o empresario altruistas, sorteos, fondos de becas, préstamos bancarios, investigación aplicada con fondos CONACYT o de grupos empresariales, etcétera.

También será necesario adentrarse en las alternativas que han encontrado y desarrollado otros países donde se otorgan “vales” o recursos directos a los estudiantes para que elijan la universidad adonde quieren ingresar sin importar si es pública o privada, donde el criterio principal es la calidad; o hacer contratos de servicios educativos entre el gobierno y las escuelas, donde esta opción permite a los administradores de las instituciones privadas el acceso a fondos públicos para satisfacer necesidades específicas de falta de infraestructura o de cobertura en algunas regiones específicas.

Para las universidades privadas, la Ley de Asociaciones Público Privadas es una oportunidad que debe ser estudiada con detenimiento y eventualmente aprovechada por la IES privadas de calidad, excelencia, en el marco de la responsabilidad social pues permite, a través de contratos específicos, el allegamiento de recursos adicionales en proyectos educativos de beneficio para la comunidad y al mismo tiempo su apalancamiento financiero, hacia la sustentabilidad de estas Instituciones.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, A. (julio de 2005). La educación superior privada en México. UNESCO.

ANUIES. (2012). Inclusión con responsabilidad social. Una nueva generación de políticas de educación superior. (1era ed.). México.

ANUIES. (2013). Proyecto de Presupuesto Federal en Educación Superior para el Ejercicio Fiscal 2014. México.

Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA). (2009). Marco de Referencia para el Proyecto sobre Aseguramiento de la Calidad. Proyecto ALFA.

Consejo Superior de Educación. (2008). Calidad en la Educación. Revista No. 28 ISSN0717-0101

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (2013).

Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2014. Presidencia de la Republica. México.

García, C. (s. f.). Dinámicas del financiamiento de la educación superior en el contexto de la diversidad latinoamericana, a diez años de la CMES.

Ley de Asociaciones Publico Privada. (2012) Diario Oficial de la Federación. México

Ley General de Educación. (2013). Presidencia de la Republica. México

Márquez, A. (mayo de 2007). Universidades 2030: Escenarios del futuro. México: UNAM.

Mendoza Rojas Javier. (2011). Financiamiento público a la educación superior en México. Fuentes de información y cifras del periodo 2000-2011. 6 Cuadernos de trabajo de la Dirección General de Evaluación Institucional. UNAM. México

Muñoz, C., Núñez, M. y Silva, Y. (agosto de 2004). Desarrollo y heterogeneidad de las instituciones mexicanas de educación superior de sostenimiento privado. México: Instituto de Investigaciones para el Desarrollo de la Educación de la UIA y la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México.

Muñoz, C. y Silva, M. (2013). La educación superior particular y la distribución de oportunidades educativas en México. México: Revista de la Educación Superior (Vol. XLII).

OECD. (2012). Education indicators in focus: How are countries around the world supporting students in higher education? OECD.

OECD. (2012). Education indicators in focus: Is increasing private expenditure, especially in tertiary education, associated with less public funding and less equitable access? OECD.

OCDE. (2013). Panorama de la Educación 2013, México. OCDE

OECD. (s. f.) Panorama de la educación 2013. OECD.

Patrinos, Harry Antony, Felipe Barrera Osorio y Julieta Guápatos (2009). The Role and Impact of Public-Private Partnerships in Education. The World Bank. USA.

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Diario Oficial de la Federación. México.

Programa Nacional de Educación 2001-2006. Secretaria de Educación Pública. México.

Programa Sectorial de Educación 2007-2012. Secretaria de Educación Pública. México.

Reyes, F. (junio de 2006). Universidad pública y sustentabilidad. Entre el discurso contemporáneo y la práctica formativa. México: Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación CTS+I.

Riveros, L., Cáceres, C., Medina, E. y Schwartzman, J. (s. f.) Retos y dilemas sobre el financiamiento de la educación superior en América Latina y el Caribe.

Rodríguez, R. (2004). Inversión extranjera directa en educación superior. El caso de México. México: Revista de la Educación Superior (Vol. XXXIII).

Tuirán, R. y Ávila, J. (s. f.). La educación superior: escenarios y desafíos futuros. México: Revista Este País.

Tuirán, R. (s. f.). La educación superior en México: avances, rezagos y retos.

Tuirán, R. (2012). La educación superior en México 2006-2012. Un balance inicial. Suplemento Campus Milenio



REHABILITACIÓN DEL CENTRO COMUNITARIO DE CAPACITACIÓN ORATORIO DON BOSCO, UNA OPORTUNIDAD PARA MEJORAR LAS CONDICIONES SOCIALES DE LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE HUATABAMPO, SONORA.

Mtra. Erika Ivett Acosta Mellado
Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Febrero 818 Sur, C.P. 85000, Cd. Obregón, Son.
erika.acosta@itson.edu.mx
Mexicana

Dra. Imelda Lorena Vazquez Jimenez
Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Febrero 818 Sur, C.P. 85000, Cd. Obregón, Son.
imelda.vazquez@itson.edu.mx
Mexicana

LEF. Adriana Leticia Corral Matus
Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Febrero 818 Sur, C.P. 85000, Cd. Obregón, Son.
adriana_cm14@hotmail.com
Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 22/Mayo/2015

RESUMEN

De acuerdo con Midgley 2004, el desarrollo social es un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjugación con un proceso dinámico de desarrollo económico. Conduce al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo, salarios principalmente. Implica también la reducción de la pobreza y la desigualdad en el ingreso. En este sentido se ha planteado la siguiente interrogante: ¿La rehabilitación del centro comunitario de capacitación Oratorio Don Bosco, podría ser una oportunidad para mejorar las condiciones sociales de las familias que radican en la cabecera del Municipio de Huatabampo, Sonora? Obteniendo como resultado principal que sí contribuiría, ya que al mantener ocupada a una parte de la población en actividades productivas se disminuyen los factores de robos a casas, personas, negocios, vehículos, la violencia intrafamiliar, homicidios intencionales, y lesiones dolosas.

Palabras clave: Centro, Comunitario, Desarrollo, Social.

INTRODUCCION

Antecedentes

De acuerdo con Midgley 2004, el desarrollo social es un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjugación con un proceso dinámico de desarrollo económico. El desarrollo social es un proceso que, en el transcurso del tiempo, conduce al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo, salarios principalmente. Implica también la reducción de la pobreza la desigualdad en el ingreso.

Según la Secretaria de Desarrollo Social (SEDESOL) 2013, dentro del estado de México la política de desarrollo social se aplica en la promoción de la inversión del capital humano; para motivar y generar incrementos en los niveles de productividad de los grupos sociales y de las regiones marginadas; para promover el crecimiento económico y la posibilidad de crear empleos remunerados.

Los centros comunitarios de desarrollo social responden a las demandas de aquellas comunidades que concentran un gran número de ciudadanos en zona de marginación y pobreza representando una manera de cumplir el objetivo de dotar a los ciudadanos de un lugar propio para lograr un avance en las condiciones de vida de la población menos favorecida. Dentro de las áreas de desarrollo social se encuentra: economía, salud, hogar, recreación y educación.

Según datos de la Secretaría de Educación Pública (SEP) 2013, la formalidad en la enseñanza de oficios, se vio plasmada en diferentes momentos de la historia con la fundación de instituciones como la Escuela de Agricultura, Artes y Oficios y el Colegio de Minería; la Escuela Práctica de Ingenieros Mecánicos Electricistas, que toma después el nombre de Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica. Junto con la Escuela Superior de Comercio y la Escuela de Administración, se consideraron instituciones base de la Educación Tecnológica; la Escuela Técnica de Constructores y el Instituto Técnico Industrial, cuyo objetivo sería, capacitar al personal técnico óptimo para enfrentar el fenómeno de la industrialización.

De aquí derivan los centros de capacitación para el trabajo y de aprendizaje, localizados preferentemente en zonas de alta marginación y pobreza. Por ejemplo, la ciudad de México en 2013 alberga alrededor de 10,133 centros, los cuales cuentan con un amplia cantidad de talleres de capacitación y adiestramiento, cabe de mencionar que es importante que las comunidades, ciudades, estados tengan ese tipo de capacitación porque con ello pueden emprender un negocio. (Aspe 2013)

El estado de Nuevo León cuenta con alrededor de 40 centros distribuidos por todo el estado, en ellos se ofrecen los oficios de carpintería, chocolatería y bombones, serigrafía, joyería artesanal,

repostería, belleza, cocina, elaboración de disfraces, manualidades; formación en actividades deportivas conformados por básquetbol, voleibol, fútbol, pilates, karate, tae kwon do, pesas ajedrez; los formativos donde se le capacita en desarrollo humano, apoyo al lenguaje, creación literaria, prevención de adicciones, inglés, juegos de destreza motriz, nutrición y vida sana, reforzamiento escolar, lucha contra la violencia, y autoestima; formación de actividades culturales tales como, promoción de lectura, música, artes plásticas con reciclado, danza moderna y folklórica, comics e historietas y teatro; y computación. (Rangel, 2013).

Dentro del mismo estado se incorporó un centro comunitario llamado el Bicentenario de la Independencia, el cual adopta el modelo de los centros comunitarios de Medellín Colombia, ofreciendo cursos, talleres y diplomados en robótica y mecatrónica, serigrafía, belleza, artes plásticas, música, desarrollo humano, corte y confección, cocina, pastelería repostería y decoración, bailoterapia, entre otros; servicios de psicología comunitaria, nutrición, educación, actividades deportivas. El Centro comunitario Bicentenario de la Independencia es un espacio de educación comunitaria que oferta actividades educativas, formativas, artísticas, culturales y deportivas. Fortalece e impulsa las capacidades individuales y colectivas de los habitantes, ya que está basado en un modelo de educación comunitaria, que hace posible la reconstrucción del tejido social, **SEDESOL 2013**.

En Ciudad Obregón, Sonora se encuentra el Centro Universitario para el Desarrollo Comunitario en la colonia aves del castillo, mismo que busca responder a las demandas educativas, económicas, sociales y culturales de comunidades marginadas, así como también es un medio para contribuir al desarrollo de comunidades económicamente autosuficientes y saludables. Este proyecto busca consolidar una sociedad con mayores índices de supervivencia y un amplio sentido de bienestar, que se

traduzca en una mejor calidad de vida de los habitantes de las colonias del sur de la ciudad, dicho centro otorga tutorías académicas en expresión oral y escrita, habilidades de matemáticas básicas e inglés, belleza, computación, baile, deporte, servicio de guardería, y busca la mejora de las microempresas que se encuentran en dicha colonia esto es por medio de capacitaciones y mejoras, García 2009.

En Huatabampo existe un centro comunitario llamado Hábitat en la colonia PRI 90, éste se establece con el fin de disminuir la problemática de drogadicción y alcoholismo donde participaron los tres niveles de gobierno, en él se imparten dos cursos, uno de cultura de belleza y otro es orientación familiar quien los imparten instructores reconocidos en las materias, Morales, 2012.

Los Centros de Desarrollo Comunitario generan beneficios económicos derivado de la practicidad y la aplicación continua de los oficios, por otra parte, han logrado mayor presencia en las poblaciones al ir incrementando la demanda de servicios y aunque la difusión de los mismos a través de los medios de comunicación, tanto en radio, prensa y televisión es prioritaria para garantizar los objetivos de este programa de Desarrollo Social, aún es insuficiente.

Planteamiento del problema

Para el año 2004, según el último censo publicado a esa fecha, Huatabampo contaba con una población económicamente activa de 26, 028, y su población ocupada es de 25, 733 mientras que en el sector primario cuenta con 9,850, en el sector secundario 5, 096, en el terciario 10, 215, y no especificados 572, la población que se encuentra desocupada es de 295 y la población económicamente inactiva es de 29, 985, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2004.

La base de datos Cruzada por la Seguridad de la Secretaria de Seguridad Publica afirmó que en el municipio de Huatabampo la falta del recurso económico familiar deriva el delito de robo a casas, personas, negocios, vehículos, etc., estos actos conllevan a la violencia intrafamiliar, con lesiones dolosas u homicidios intencionales. Para el año 2012 se tuvo un total de 31 robos en casas y para el año 2013, 11 hasta el mes de junio; el número de robo a persona, en el año 2012 fue de 27 y de enero a junio del año 2013 el número fue de 10, el robo a negocio para el año 2012 fue de 5 mientras que para el 2013 hasta junio fue 1; el robo a vehículo en el año 2012 fue de 95 y para el año 2013 hasta junio fue de 41. La Violencia Intrafamiliar es un fenómeno que afecta principalmente a mujeres y niños, ésta se gesta desde el núcleo familiar y va generando una descomposición social. Este delito impacta a las víctimas sin considerar límite de edad, clase social, raza, ideologías o religión.

La violencia intrafamiliar puede generar impactos de corto y largo plazo sobre las víctimas, tanto en el ámbito físico, como en el social, emocional y psicológico en el año 2012 se reportaron 23 casos de familias maltratadas y para el año 2013 hasta junio el número de reporte Ascencio a 6 familias con maltrato, en algunas ocasiones el maltrato fue grave obteniéndose lesiones dolosas, para el año 2012 se atendieron un total de 33 lesiones y para el año 2013 hasta julio el número reportado ascendía a 11, además de homicidios intencionales para el año 2012 fueron denunciados 9 mientras que para el año 2013 hasta julio fueron 5, SSP 2013.

En el municipio de Huatabampo en el año 2000 la cifra de pobreza alimentaría fue del 25.6% pero para el año 2005 disminuyo a un 23.9%, aun así para la pobreza de capacidades el porcentaje

aumento a 34.7% ya que en el año 2000 se manejaba un porcentaje de 33.7%, este mismo fenómeno se presentó en la pobreza de patrimonio donde se contaba con un porcentaje de 55.8 en el año 2000 pero para el año 2005 aumento a un 63.6%, INEGI, 2004.

Las viviendas que generalmente se encuentran en las orillas del municipio son de materiales precarios y la falta de apoyos municipales los mantiene en marginación. Muchos de los problemas sociales derivan de la alta drogadicción que se está viviendo con la juventud reflejada en la alta incidencia delictiva.

Para el año 2012, la comunidad tenía un total de 3, 875 analfabetos de 15 y más años; el número de jóvenes de 15 años en adelante sin instrucción primaria ascendía a 4, 529, La población inactiva fue de 29, 985 CDI, 2012.

Al analizar esta situación en el municipio de Huatabampo se hace la siguiente interrogante ¿La rehabilitación del centro comunitario de capacitación Oratorio Don Bosco, podría ser una oportunidad para mejorar las condiciones sociales de las familias que radican en la cabecera del Municipio de Huatabampo, Sonora?

Justificación

Esta investigación se realizara con el propósito de que la población que tiene pocos ingresos pueda contar con capacitación para el trabajo y así mejorar su economía y contribuir al progreso de su entorno social. En ese mismo sentido, se analizarán las deficiencias que tiene la comunidad en materia económica y social, con el afán de buscar una forma de incentivarla de manera rápida. De este proyecto, seguramente surgirán ideas adicionales para problemas secundarios que tengan relación con los factores evaluados.

El Centro Comunitario, de resultar factible, funcionará como facilitador para la creación de atenciones a las amenazas y debilidades del municipio en materia de seguridad pública, proyectando que será motor para una nueva etapa de movilización por parte de las autoridades hacia los habitantes y los recursos de la región.

Objetivo

Determinar la necesidad de rehabilitar el Centro Comunitario de Capacitación Oratorio Don Bosco, como una oportunidad para mejorar las condiciones sociales de las familias que radican en la Cabecera del Municipio de Huatabampo, Sonora.

Delimitaciones

La investigación se delimita a personas que tienen 15 años en adelante, el sexo es indistinto, y solamente aplica a los ciudadanos de la cabecera del Municipio de Huatabampo, Sonora.

Limitaciones

Las principales limitaciones al momento de realizar la investigación fueron la falta de interés que presentaron los ciudadanos de Huatabampo, para responder el instrumento diseñado, así como también el tiempo de aplicación del instrumento ya que reduce el número de la muestra sometida a la investigación.

MARCO TEORICO

En este apartado se desarrollan las teorías que dan soporte a esta investigación, sintetizando sus aspectos fundamentales. Además se otorgan definiciones de Centros Comunitarios y se establecen sus ventajas y desventajas.

Teorías de desarrollo económico y social

Teoría de la Modernización

La teoría de la modernización establece que las sociedades modernas son más productivas, los niños están mejor educados, y los necesitados reciben más beneficios. El análisis de Smelser 1964, afirma que las sociedades modernas tienen el aspecto particular de la diferenciación estructural, es decir, una definición clara de las funciones y papeles políticos de las instituciones. Argumenta que aunque la diferenciación estructural ha aumentado la capacidad funcional de las instituciones modernas, pero a la vez también ha creado un problema de integración, y de coordinación de las actividades de diferentes nuevas instituciones.

Teoría de la Dependencia

La teoría de la dependencia combina elementos neo-marxistas con la teoría económica keynesiana. A partir del enfoque económico de Keynes, la teoría de la dependencia está compuesta por 4 puntos fundamentales: a) desarrollar una considerable demanda interna efectiva en términos de

mercados nacionales; b) reconocer que el sector industrial es importante para alcanzar mejores niveles de desarrollo nacional, especialmente porque este sector genera mayor valor agregado a los productos en comparación con el sector agrícola; c) incrementar los ingresos de los trabajadores como medio para generar mayor demanda agregada dentro de las condiciones del mercado nacional; d) promover un papel gubernamental más efectivo para reforzar las condiciones de desarrollo nacional y aumentar los estándares de vida del país.

Teoría de los Sistemas Mundiales

Según Wallerstein 1977, Los principales supuestos de la teoría de los sistemas mundiales establecen que: a) hay un fuerte nexo entre las ciencias sociales, especialmente entre la sociología y las disciplinas económicas y políticas. Esta escuela reconoce que generalmente se le da una mayor atención al desarrollo individual de cada una de estas disciplinas que a la interacción entre ellas, y cómo éstas interacciones afectan en términos reales las condiciones nacionales de una sociedad dada; b) en vez de dirigir el análisis a cada una de las variables, es necesario estudiar la realidad de los sistemas sociales; c) es necesario reconocer el nuevo carácter del sistema capitalista. Por ejemplo, desde la perspectiva de la economía política el enfoque se basa en las condiciones del sistema capitalista durante la revolución industrial en el Reino Unido. Hubo evidencia concreta para apoyar la libre competencia, patrones más productivos dentro del sector industrial, y de amplios grupos de poblaciones que proveían mano de obra a las fábricas recién establecidas.

Teoría de la Globalización

La teoría de la globalización surge del mecanismo global que presenta una mayor integración con énfasis particular en la esfera de las transacciones económicas. Una de las características fundamentales

de la teoría de la globalización es que se centra y enfatiza aspectos culturales y económicos así como de comunicación a escala mundial. Esta escuela argumenta que los principales elementos modernos para interpretar los procesos de desarrollo son los vínculos culturales entre los países, además de los vínculos económicos, financieros y políticos. En esta comunicación cultural, uno de los factores más importantes es la creciente flexibilidad de la tecnología para conectar a la gente alrededor del mundo.

Los principales supuestos que se extraen de la teoría de la globalización se resumen en: i) los factores culturales son los aspectos determinantes de las sociedades. ii) bajo las condiciones mundiales actuales no es importante utilizar a las naciones-estados como unidad de análisis ya que la comunicación global y los vínculos internacionales están haciendo a esta categoría menos útil.

Centros Comunitarios.

Según el Consejo de Desarrollo Social de Nuevo León 2009, los centros comunitarios son espacios donde se busca promover el crecimiento de las personas por medio de un modelo de educación comunitaria que incluye programas educativos, formativos, artísticos, culturales y deportivos. En torno a ellos, se impulsan eslabones productivos y sociales que potencian las capacidades propias, individuales y colectivas, de quienes viven en marginación. La existencia de los centros comunitarios está íntimamente ligada a los procesos sociales, económicos y políticos que experimenta nuestra sociedad.

En México existen diferentes tipos de centros de capacitación para el trabajo, cada uno enfocado a una situación específica. Por mencionar algunos:

- ✓ Centros integrados de formación profesional donde se imparten algunas ofertas formativas, también llamadas ciclos formativos, que conducen a la obtención de títulos de formación profesional y/o certificados de profesionalidad. Valencia, 2008.
- ✓ Centros de capacitación para madres solteras, son instituciones que apoyan a este sector de la población brindándoles capacitación en oficios y labores, obteniendo la oportunidad de elaborar y comercializar sus productos. Ruiz, 2013.

La importancia de los centros de capacitación es el proceso de formación para el trabajo. En él está involucrada la totalidad de la persona, sus capacidades cognitivas, su emocionalidad, sus habilidades para relacionarse con los demás, sus experiencias previas y también la relación que tiene consigo mismo.

Ventajas y desventajas de la existencia de los centros comunitarios

Como parte de las ventajas examinadas en la existencia de los centros de capacitación, se encuentran la manera productiva en que se enseña a las personas a valerse por sí mismas, además de la orientación que en algún momento pueden recibir para crear su microempresa. Los centros hacen a las personas autosuficientes e independientes. Propician y fortalecen el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales. Así mismo, promueven el desarrollo integral del personal, y como consecuencia el desarrollo de la organización.

La principal desventaja se encuentra en que algunos de los centros de capacitación no están regulados por la SEP, lo que hace que no sea una carrera técnica oficial representando desconfianza y desmotivación a las personas que asisten a tomar los cursos.

MÉTODO

Se diseñó un instrumento el cual permitió diagnosticar, en primer instancia si la rehabilitación del Centro Oratorio Don Bosco es oportuna para mejorar las condiciones sociales de las familias y en segunda, determinar las necesidades de capacitación en Huatabampo, Sonora.

Tipo de Investigación

Hernández 2010, describe al enfoque cuantitativo como un método que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

Para el análisis de datos de la investigación, se utilizará estadística para obtener puntos críticos sobre los cuáles determinar la necesidad de rehabilitación del centro y las necesidades de capacitación a ofrecer por el mismo, por lo tanto se puede afirmar que la presente investigación es un estudio descriptivo con metodología de corte cuantitativo.

Sujeto

En el presente estudio participaron 100 personas esto se dedujo con la formula $n = \frac{S^2 N p q}{e^2 (N-1) + S^2 p q}$ las cuales son habitantes Huatabampo entre 15 y 60 años de edad con diferentes niveles educativos que a su vez son amas de casa, padres de familia; esta investigación está basada en un muestreo no probabilístico ya que nuestro objetivo es capacitar a los habitantes de la comunidad, por lo tanto se tiene definida la muestra que participará en el diagnóstico de necesidades de capacitación.

Materiales

Este diagnóstico presenta una encuesta, la cual cuenta con 11 reactivos, permitiendo conocer desde edad de la persona encuestada, escolaridad, hasta aspectos económicos con los cuales se podrá observar necesidades de los habitantes del municipio de Huatabampo.

Cabe señalar que el instrumento es un híbrido tomado en primer lugar de INEGI, con adecuaciones propias, las cuales permitirán detectar necesidades de capacitación de una manera más acertada. Cuenta con un tiempo de aplicación de aproximadamente 10 minutos por encuesta.

Procedimiento

El procedimiento cuenta con 4 pasos básicos descritos a continuación:

1. Diseño de instrumento.
2. Presentación breve a participantes de la investigación para que de forma clara puedan contestar el instrumento diseñado.
3. Aplicación del instrumento, con tiempo aproximado de aplicación de 10 minutos aproximadamente por encuesta.
4. Análisis de datos obtenidos mediante el instrumento de diagnóstico.

Análisis de Datos

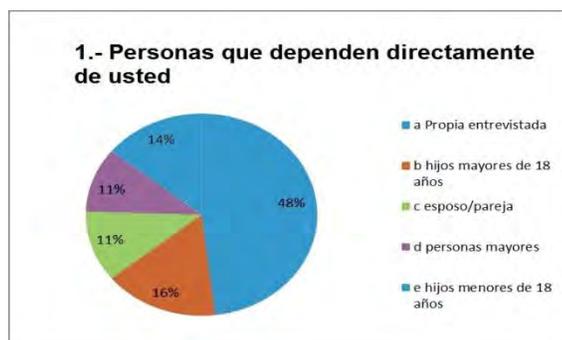
El trabajo de investigación contendrá estudio descriptivo con metodología de corte cuantitativo, ya que se ha obtenido información mediante una encuesta sobre la cual se han obtenido datos numéricos.

RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados de la investigación que se llevo a cabo en la cabecera del municipio de Huatabampo, Sonora ésta se realizó con la finalidad de conocer si los habitantes del municipio creen que la rehabilitación del centro comunitario Oratorio Don Bosco puede mejorar las condiciones sociales de las familias que radican en él.

Para el análisis de los resultados se presentan las gráficas obtenidas por cada reactivo de la encuesta.

Gráfica 1.



El 48% de los encuestados son personas que no dependen directamente de nadie, sólo de sí mismos, seguido por personas que tienen hijos mayores de 18 años, y un 14% con hijos menores de 18 años, por ultimo existe un porcentaje del 11% de las personas que dependen de ellos son esposos o pareja, el resto de la muestra (11%) tienen a su cargo personas mayores.

Fuente: Elaboración propia.

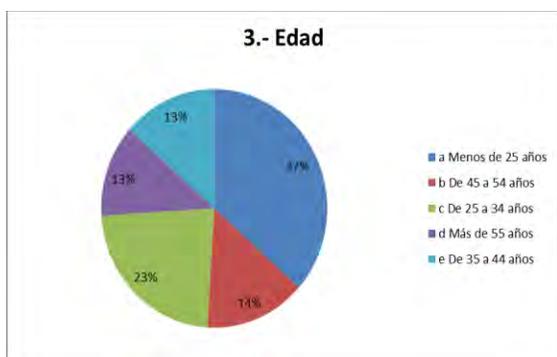
Gráfica 2.

El grado de estudios que tiene la mayor parte de los encuestados es de preparatoria con un 28%, profesional con un 24% y, carrera tecnica un 20%.



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 3.



Fuente: Elaboración propia

Se observo que la mayor parte de los encuestados un 37% tiene menos de 25 años, se tiene un 23% entre las edades de 25 a 34 años y una igualdad entre mas de 55 años y de 35 a 44 años.

La mayor parte de los ciudadanos que respondieron a este cuestionario un 56% han acudido a centros de capacitación y el 44% no lo han hecho.

Gráfica 4.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.

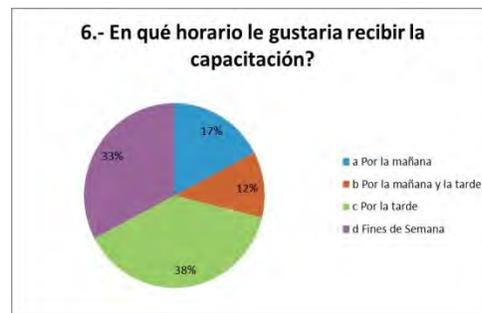


Como se puede observar la mayor parte de los encuestados asistiría a un centro de capacitación por gusto, un 23% lo haría para conseguir trabajo o iniciar una actividad o un micronegocio y por ultimo con un 22 por ciento para aprender un oficio.

Fuente: Elaboración propia

De las probables personas que asistirían al centro Oratorio Don Bosco de la ciudad de Huatabampo, el 38% le gustaría que los cursos fueran por la tarde y un 33% los fines de semana.

Gráfica 6.



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 7.

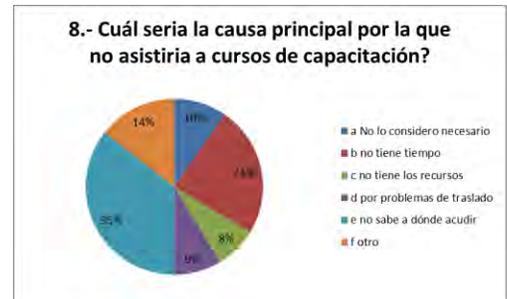


El 46% de las personas encuestadas prefiere tener practicas sobre el tema, mientras que un 28% quiere practicas manuales y el 26% material audiovisual.

Elaboración propia.

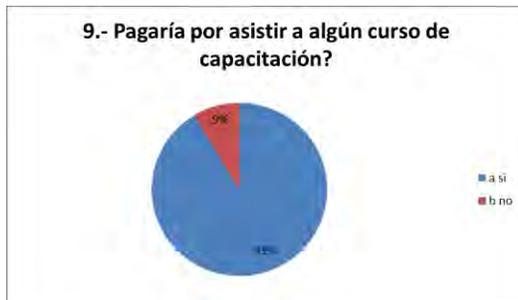
Gráfica 8.

El 35% de los ciudadanos encuestados no conoce la existencia de los centros de capacitación, mientras que el 24% no acude por falta de tiempo, el 9% tiene problemas de traslado y un 8% no tiene los recursos apropiados.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 9



Como se puede observar en la grafica la gran mayoría de loo ciudadanos encuestados sí pagaría por acudir a un centro de capacitación.

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 10



Fuente: Elaboración propia

El 26% de los ciudadanos encuestados prefería que el centro Oratorio Don Bosco ofreciera cursos de carpintería, el 16% cultura de belleza y un 7% de herrería.

Gráfica 11



El 49% de las personas encuestadas no tiene prisa por acudir al centro comunitario, pero el 34% piensa en ir próximamente a un lugar de estos.

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Los resultados de esta investigación, han permitido obtener un primer acercamiento de las personas a los componentes del Centro Comunitario de Capacitación. Así mismo, se piensa que con la rehabilitación del Centro Comunitario Oratorio Don Bosco se promovería el desarrollo económico y social de las familias de los integrantes que acudan a capacitarse, esto se debe a que los oficios que se ofrecerían son comunes para el uso de la sociedad.

Sin embargo para que las comunidades se den cuenta de sus potencialidades y capacidades es necesario apoyarlas en el desarrollo de algunos procesos iniciales que les permita fortalecer la confianza en sí mismos.

Dentro del proceso de investigación se observaron que las actividades preferentes de la comunidad son: a) Carpintería, b) Cultura de belleza, c) Elaboración de artesanías, d) Corte y confección e) Bisutería, f) Plomería.

Como resultado principal de la investigación se da respuesta al planteamiento inicial: ¿La rehabilitación del centro comunitario de capacitación Oratorio Don Bosco, podría ser una oportunidad para mejorar las condiciones sociales de las familias que radican en la cabecera del Municipio de

Huatabampo, Sonora? La respuesta sería sí, ya que al mantener ocupada a una parte de la población en actividades productivas se disminuyen los factores de robos a casas, personas, negocios, vehículos, la violencia intrafamiliar, homicidios intencionales, y lesiones dolosas, pero se tiene que implementar una estrategia donde muestre todas las actividades que se pueden llevar a cabo y que se pretende lograr y en que tanto tiempo se puede lograr y buscar la motivación de los ciudadanos para que acudan.

Se concluye que la investigación cumple con los objetivos de la misma, se puede establecer que si existe la necesidad de la reapertura del centro comunitario Oratorio Don Bosco, con talleres que se pueden aplicar en un futuro para poner un centro de negocios de dichos oficios.

BIBLIOGRAFÍA

- Aspe 2013 recuperado página de Internet el 03 de septiembre del 2013
<https://octavioislas.wordpress.com/2012/11/27/10033-mexico-mediatelecom-respuesta-de-monica-aspe-donde-detalla-numero-de-centros-comunitarios-digitales-conectados-por-e-mexico/>
Consejo de Desarrollo Social de Nuevo León, Centros Comunitarios de Desarrollo Social, 2009, recuperado página de internet
http://archivo.nl.gob.mx/pics/pages/centroscomunitarios_base/brochure_ccds.pdf
- CDI, 2012 recuperado página de internet el día 9 de julio 2013
<http://www.cdi.gob.mx/cedulas/2000/SONO/26033-00.pdf>
- Durán Gonzáles recuperado página de internet 14 Agosto del 2014
<http://www.eldiariodesonora.com.mx/nota.php?nota=14706>
- García 2009 recuperado página de internet el día 3 de septiembre del 2013
<http://www.urbanfreak.net/showthread.php/4743-Ciudad-Obreg%C3%B3n-Proyectos-Noticias-y-Construcciones-II/page33>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. México: Editorial Mc Graw Hill.
- INEGI 2004 recuperado página de internet 9 julio 2013
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/cem05/estatal/son/m033/index.htm>
- INEGI 2012 recuperado de página de Internet el 7 de mayo del 2013 <http://www.inegi.org.mx/fco-javier-mina-ejidomexico>, (2013)
- Midgley James 2004 recuperado página de internet el día 27 de mayo del 2013
http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/d_dsocial.ht
- Morales José Roberto 2012 recuperado página de internet
<http://www.termometroenlinea.com.mx/vernoticiahistorial.php?artid=1532>
- Pico Augusto Aleán (2006). El concepto de desarrollo: una breve síntesis de su evolución recuperado página de Internet el día 26 de mayo del 2013 <http://www.seduma.yucatan.gob.mx/desarrollo-urbano/index.php>
- Prebisch, R. The Economic Development of Latin America and Its Principal Problems. (New York: United Nations, 1950)
- Rangel Alejandra, 2013 recuperado página de internet
http://www.nl.gob.mx/pics/pages/centroscomunitarios_base/brochure_ccds.pdf
- Ruiz, A. 2013 recuperado página de internet el día 14 de Agosto del 2013
<http://www.slideshare.net/rosemaguire/centro-de-capacitacion-y-trabajo-para-la-mujer>
- Secretaria de educación superior recuperado pagina de Internet el día 26 de febrero del 2013
http://www.dgcf.semsem.gob.mx/quienesomos.php?idcont=menu_pre115
- Secretaria de Desarrollo social 2013 recuperado de página de Internet el día 3 de septiembre del 2013
http://www.nl.gob.mx/?P=sdsocial_macrocentroindepe
- Smelser, N. Toward a Theory of Modernization. (New York: Basic Books, 1964).
- SSP 2013 cruzada por la seguridad recuperado página de internet
<http://cruzadaporlaseguridad.gob.mx:8080/semaforo/Delito.aspx>
- Valencia, 2008 recuperado página de internet el día 14 agosto 2013
http://www.docv.gva.es/datos/2008/08/05/pdf/2008_9766.pdf
- Wallerstein, I. Africa: The Politics of Unity. (New York: Random House, 1977)



PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y EQUIDAD EN SALUD

Autor:

María Delia Téllez Castilla

Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública

Campus Mederos, UANL

tellezdelia@yahoo.com.mx

Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 25/Mayo/2015

Resumen: En el ámbito de la salud en general y en particular en el tema de equidad en salud, la participación de la comunidad marca una diferencia favorable. Las políticas sociales en salud que incluyen la opinión de la sociedad tienden a ser más exitosas. La falta de equidad en salud es una consecuencia de procesos sociales que propician las desigualdades sociales. En esta investigación se expondrá como en México se ha transitado hacia la ciudadanía activa desde las políticas públicas, buscando una vinculación entre la participación ciudadana y la equidad en salud. Se utilizó el método cualitativo y la técnica de la entrevista en profundidad. Concluyendo que la participación ciudadana es pieza clave para el buen desarrollo de la equidad en salud.

Palabras clave: equidad en salud, participación ciudadana, políticas públicas.

1.1 Introducción

El campo de la política, se ha vuelto más consciente de que el proceso de la política, de su elaboración y realización, es objeto de estudio por derecho propio, para intentar aumentar la racionalidad de las decisiones (Lasswell, 1951: 80). Convencionalmente se considera que el estudio de la política pública se refiere a las actividades del Estado en el seno de la sociedad y ello puede acometerse desde disciplinas diversas. La actuación o gestión pública es entendida como el conjunto de reglas y decisiones, de coordinación o motivación de acciones de las personas que están dirigidas a alcanzar unas determinadas metas o fines, mediante procedimientos y mecanismos contractuales, que corresponden a la organización estatal (Déniz, 2012: 25). Hablar de política pública es hablar del quehacer de todo gobierno, pero para actuar con responsabilidad hay que planear las acciones a realizar, desde el análisis y el diseño hasta la implementación y la evaluación de cada política pública que la administración decida realizar.

También es importante señalar que la variación de políticas durante los cambios de gobierno, en especial cuando no existe continuidad son un obstáculo para el desarrollo de los países. Empero, no llegan a ser verdaderas revoluciones, ni siquiera cambios drásticos, si bien tan solo es salir del paso o el llamado incrementalismo (Lindblom, 2007: 227) algunos autores sostienen que la única forma de avanzar es a través de pequeños pasos, tesis esencial del incrementalismo, sin embargo otros proponen los cambios radicales como la mejor vía para el cambio. Cabe señalar que no existe una única forma correcta de lograr dichos cambios y que las políticas públicas implementadas por los gobiernos pueden combinar estrategias.

En México hemos visto, en lo que respecta a salud, que la vía utilizada en la mayoría de las ocasiones a sido la de salir del paso y por ende con una evolución paulatina. “Partimos de que la política pública no es solamente un campo de teorías, sino también una práctica que demanda habilidades específicas de los

actores involucrados” (Mariñez Navarro, 2011: 24). Es por ello que tanto los actores, como sus acciones definen el rumbo de las políticas públicas y los resultados que éstas puedan generar. Es ésta la clave del éxito o fracaso de políticas públicas exportadas de otros contextos.

Por lo general, el desarrollo es visto como un efecto de las políticas públicas, pero no es habitual ubicarlo también como parte del proceso de elaboración de las políticas. Así pues, si la falta de desarrollo es un factor de ineficiencia de las políticas, para hacerle frente a esta restricción la participación democrática es un componente necesario pero no suficiente de la gobernanza. Se requiere también del desarrollo, así como romper un círculo vicioso que podría describirse de la siguiente manera: no alcanzamos el desarrollo porque no tenemos una adecuada participación en las decisiones públicas, y no hay una demanda participativa en la sociedad porque no contamos con el nivel de desarrollo necesario (Canto Chac, 2008: 20). Sin embargo romper este círculo vicioso no es tarea fácil, pues el involucrar a la comunidad en los temas sociales y particularmente en los de salud es hasta hace poco un tópico tabú, en el sentido de dejar en manos de los expertos estas decisiones.

2.1 Marco Teórico

Lo público de las políticas, es lo de interés o utilidad común a todos, lo que atañe al colectivo, lo que concierne a la comunidad y, por ende, la autoridad de allí emanada, en contraposición a lo privado como aquello que se refiere a la utilidad y el interés particular (Rabotnikof, 2008: 28) . Así se habla de la salud pública como la salud de todos, la salud responsabilidad del Estado en contraposición con la salud específica de un ciudadano o el servicio de salud ofrecido por un particular.

El estudio de las políticas públicas se introdujo en el horizonte de la ciencia política y la administración pública mexicanas durante la década de los ochenta, al tiempo que tomaba forma una crítica demoledora al intervencionismo estatista, derrochador e ineficiente, en México se empezó a hablar de pluralismo,

participación ciudadanan, elección pública y temas similares (Canto Sáenz, 2000: 232). Esta prestación de políticas públicas básicas incluye a la educación, la salud y el empleo entre otras muchas, pero como en general no cubren las necesidades satisfactoriamente y mucho menos alcanzan grados de mínimos de bienestar, los actores sociales tienen una baja confianza en sus instituciones públicas (Déniz, 2012: 40). Es importante hacer incapié en el hecho de que México tiene una conformación muy diversa, y ello repercute en las evaluaciones generales que sobre el país se realizan.

Las políticas sociales han sido instrumentadas como una forma de dar respuesta a las reacciones y efectos de la aplicación de políticas de aparente importancia para el desarrollo, como las llamadas políticas de ajuste fiscal, macroeconómicas y privatización, llegando a generar situaciones de pobreza mayor y exclusión social en América Latina (Avila Urdaneta, 2010: 527). No obstante la política social es la intervención pública que incide en el bienestar de las personas, ya sea cambiando, manteniendo o facilitando sus condiciones de vida. Trata de mejorar el bienestar humano a través de la cobertura de las necesidades de los ciudadanos en aspectos como la educación, la salud, la vivienda y la protección social en general (Montagut, 2008: 19). Sin embargo, hablar de política social no es de ninguna manera hablar de caridad, si bien ese puede ser el origen del cual evolucionó. Actualmente su preocupación esencial es el proveer protección social.

Hacer valer los derechos de las personas requiere la existencia de ciertos mecanismos de control por parte de la ciudadanía. Estos pueden ser instrumentos de mercado, legales o de participación, Se requieren también ciertas condiciones para que estos instrumentos sean sostenibles. Por ejemplo, los mecanismos de mercado funcionan mejor en contextos en los que existe mejor información y una distribución más igualitaria de los ingresos; los mecanismos legales son más eficaces y equitativos cuando existe un estado de derecho más desarrollado, y los mecanismos de participación funcionan mejor en sociedades en las que existe una mayor cohesión social y confianza en las instituciones

(Celedón & Noé, 2000: 100). Considerando todo ello el sector público mexicano debe fortalecer significativamente la gestión de sus recursos humanos para mejorar el diseño de políticas y garantizar que la prestación de servicios públicos sea más eficiente, efectiva y competitiva.

La experiencia de los países de la OCDE muestra que una administración pública profesional fomenta el diseño y la implementación adecuados de las políticas públicas, la prestación efectiva de servicios, la rendición de cuentas, la capacidad de respuesta y la transparencia en el uso de los recursos públicos (OCDE, 2012: 18). Pero además de fortalecer los recursos humano, es indispensable fomentar la participación de la sociedad civil, la participación ciudadana, para que el espacio público de México sea un lugar de encuentro y se fomente con ello la democracia.

En cuanto a las campañas de salud que involucran participación de las comunidades se encuentra que la casi totalidad de los municipios desarrolla alguna actividad. Se destacan en particular las acciones con los centros educativos, con grupos de la comunidad y con beneficiarios de programas sociales. Este componente de impulso a la participación comunitaria es quizá el más desarrollado en los municipios, toda vez que tiene mayor antigüedad (Arévalo, 2004: 120). La salud constituye un derecho social fundamental de las personas y es parte del derecho a la vida, en el marco de un Estado democrático.

América Latina no es la Región más pobre del mundo, pero es la más desigual en la distribución de su riqueza. Además la población envejece aceleradamente y crece la epidemia de enfermedades crónicas y daños asociados a la violencia. Ello representa un importante retos para nuestras sociedades por el cambio de la pirámide demográfica, el aumento de la carga de enfermedades crónicas y las contradicciones que esta situación presenta a la organización tradicional del trabajo, la seguridad social y los servicios de salud, pensados para una población más joven en la que prevalece problemas y condiciones agudas (Suárez Jiménez, 2010: 249).

Esta falta de igualdad y equidad en la salud constituye un grave problema de justicia, y en ello radica su importancia. Uno de los principales problemas de salud en los inicios del siglo XXI es la persistencia de desigualdades injustas, evitables e innecesarias. En estos últimos años muchos países lograron mejorar las condiciones de salud, observadas en el aumento de la esperanza de vida y mejorías de la supervivencia infantil, no obstante al desagregar los datos nacionales aparecen disparidades inquietantes por ejemplo en Sudáfrica la mortalidad infantil en los negros es cinco veces mayor que en los blancos (Evans, Whitehead, Diderichsen, Bhuiya, & Wirth, 2002: 3).

Podemos concebir entonces que la equidad es un factor que aumenta la estabilidad social y la productividad económica, a la vez que disminuye la tensión y el conflicto; esta idea de equidad demanda a la sociedad a inclinar la toma de decisiones para favorecer la equidad y no la inequidad (Arteaga, Thollaug, Nogueira, & Darras, 2002: 375). Pero como es sabido, la sola operación del mercado no garantiza la equidad ni la eficiencia en la función de financiamiento del sistema de salud. Por ello, la acción del Estado y la participación y control por parte de los ciudadanos son fundamentales para un eficiente desempeño de esta función (Celedón & Noé, 2000: 101).

Los países Latinoamericanos están tratando de adaptarse a la globalización económica emprendiendo procesos de reforma y reestructuración como la modernización del aparato público, la descentralización político-administrativa y la participación ciudadana (Perez Lugo, 2007: 44). Casi todos los países de América Latina asumen la descentralización como estrategia para fortalecer su democracia interna y hacer más eficiente su gestión pública y accesible al alcance de sus objetivos de desarrollo y del milenio, entre las políticas públicas a descentralizar están las políticas sociales, educativas y de salud (Avila Urdaneta, 2010: 528). La descentralización del sistema de salud mexicano es un modelo de estadalización de la salud, toda vez que a partir de 1996 se le otorga mayor autonomía a los estados, en

la formulación de políticas y el otorgamiento de recursos es un federalismo; mientras que el nivel central se abroga la función normativa en materia de salubridad general (Avila Urdaneta, 2010: 536).

Empero, la oferta de servicios de salud en México sigue siendo fragmentada, con un sector privado grande y en su mayor parte no regulado, y un sector público dividido en varias instituciones integradas verticalmente que financian y ofrecen atención médica a distintos segmentos de la población (OCDE, 2012: 33). Mientras el país no logre unificar criterios y posteriormente servicios, será difícil brindar la tan anhelada universalidad de los servicios de salud.

El concepto de salud estuvo dominado durante muchas décadas por un enfoque biologista que centró sus acciones en el desarrollo de estrategias individuales, que desconocieron en gran medida la influencia de lo social. No obstante, conferencias internacionales organizadas por la ONU como las de Alma Ata, la Conferencia de Ottawa, la de Yakarta, entre otras, reivindicaron el papel que deben cumplir tanto el Estado como los colectivos en el mejoramiento de las condiciones de vida y en la búsqueda de alternativas de solución para sus principales necesidades de salud. De esta manera, surge un concepto de empoderamiento ciudadano, que dirige sus esfuerzos hacia estrategias de participación social y de trabajo intersectorial como alternativa para la resolución de las principales inequidades en salud (Carmona Moreno, Rozo Reyes, & Mogollón Pérez, 2005: 75).

La equidad en salud no es un tema que corresponda única y exclusivamente al sector médico. Para lograr la tan anhelada equidad es necesario incluir los aspectos sociales, legislativos, políticos y económicos entre otros. No es tampoco un tema exclusivo de países pobres, pues en los países ricos también puede haber inequidad en salud. Por tanto podemos señalar que el tema es multidisciplinario e internacional. Si bien es relativamente reciente la inclusión de este tema en la agenda de los gobiernos, que cobró importancia mundial en últimas fechas, no son pocos los investigadores que están tratando de identificar, cuáles son los conceptos fundamentales que deben analizarse para lograr al menos disminuir las

inequidades en salud y con ello aumentar la calidad de vida de la población, y que ésta pueda disfrutar de una vida feliz.

Empero, para hablar de sociedad civil en un sentido democrático, es requisito que éstas estén fuera de la tutela estatal; es decir que la sociedad civil surge cuando puede estructurar y coordinar la acción de las asociaciones que la conforman. Complementariamente, la fuerza de la sociedad civil se mide por la cohesión asociativa y por la capacidad de resistir el intento de ser incorporada por los agentes estatales y por las fuerzas del mercado (Fernández Santillán, 2007: 34). Haciendo hincapié en que la democracia incluye sociedad y Estado como dos entes independientes y nunca subordinados uno al otro. Dos entes que interactúan y se complementan respetándose ambas esferas. No es deseable que la esfera estatal manipule a la sociedad civil, como tampoco se espera que la sociedad civil actúe nulificando al Estado.

Es importante considerar las posibilidades de la capacidad organizativa de la población para generar participación ciudadana en un contexto de creciente deterioro de las condiciones sociales y para influir en las decisiones sobre el desarrollo social. Esta consideración nos fuerza a tomar en cuenta no sólo la efectividad de la democracia, sino también la efectividad del desarrollo como causa y consecuencia de la participación ciudadana en las políticas públicas (Canto Chac, 2008: 12). Los niveles de participación son, partiendo del más bajo al de mayor grado: información, consulta facultativa, elaboración y recomendación de propuestas (iniciativa), fiscalización, concertación, co-gestión y toma de decisiones, y la autogestión (Delgado Gallegos, Vazquez Navarrete, Zapata Bermúdez, & Hernán García, 2005: 699). Sin embargo, al considerar la información disponible se encuentra que en general las organizaciones comunitarias son de reducido tamaño: las asociaciones de usuarios se ubican mayoritariamente en el rango de menos de 10 miembros en todas las categorías de municipios, sólo en caso de los grandes municipios se encuentran asociaciones de más de 25 miembros (Arévalo, 2004: 121). No obstante todas

estas formas de participación, como se puede observar, en México el involucramiento ciudadano es bastante deficiente sea éste por autoexclusión o por la escasa apertura del sistema de salud.

La participación como empoderamiento implica interacción, respeto mutuo, reflexión crítica, acción grupal, compromiso, influencia e información, y por tanto, para poder participar efectivamente se requiere acceso real a la educación, a la información, a las actividades sociales y políticas y a la tecnología. La participación también se entiende como actitud de solidaridad, de diálogo y preocupación por la gestión de la vida colectiva. Actitud democrática de quien gobierna, que permita escuchar a los ciudadanos, darles protagonismo en la vida de las instituciones democráticas. Además, la participación se define como actividad organizada por parte de un grupo, con el objeto de expresar necesidades, demandas, de defender intereses comunes, de influir de manera directa en los poderes públicos ganando así poder político. Siendo muchas las definiciones teóricas del concepto, todas poseen en común el reconocimiento del control político que se puede alcanzar si se participa de manera autónoma, conciente y organizada (Delgado Gallegos, Vazquez Navarrete, Zapata Bermúdez, & Hernán García, 2005: 699).

De una revisión de la literatura se encuentra que existen dos modelos teóricos que intentan explicar las variables sobre la participación ciudadana. Primeramente se encuentran las teorías de la elección racional de la ciudadanía. Según este modelo, los individuos actúan en función del costo-beneficio de su participación (utilitarismo). El otro modelo es el de las teorías estructurales de la ciudadanía, según el cual la participación ciudadana es producto de fuerzas de macro nivel social y no de elección individual (Ramírez Viveros, 2012: 104).

La participación ciudadana en materia de salud ha sido entendida de diversas formas: La participación como beneficiario de la atención en salud, siendo esta la forma más rudimentaria de interpretación. La participación como contribución a la promoción de la salud, incluyendolos como voluntarios a determinados programas, pero manteniendo la verticalidad entre el Estado y las personas vistas como

una herramienta que facilita la acción. La participación comunitaria, interpreta la participación como la organización de la comunidad en comités o grupos de apoyo a los programas y proyectos de desarrollo social. El objetivo de la organización es, además de la obtención de recursos de la comunidad, transmitir conocimientos y capacitar a la población para que se transforme en un agente activo de su desarrollo. Y finalmente una visión más moderna de participación en la salud reconoce a las personas como usuarios y a la vez como ciudadanos ante los cuales el sistema de salud debe rendir cuentas de la calidad y oportunidad del servicio, así como del uso eficiente de los recursos. Surge entonces la demanda de una mayor responsabilidad del sistema frente a la ciudadanía y la necesidad de implementar distintos mecanismos de participación, ya sean individuales o colectivos, que permitan a las personas ejercer control sobre sus derechos de protección de la salud (Celedón & Noé, 2000: 99). Según se menciona en la ley orgánica de la administración pública para el estado de Nuevo León en su Artículo 27.- La Secretaría de Salud es la dependencia encargada de la coordinación del Sistema Estatal de Salud, así como de impulsar integralmente los programas de salud en el Estado, y le corresponde entre otros asuntos: el promover e impulsar la participación de la comunidad en la realización de programas orientados al cuidado de la salud.

Para desarrollar los conceptos de promoción de la salud es necesario ubicarse dentro de los enfoques o abordajes del proceso salud-enfermedad, en la medida en que como fenómenos sociales el primero se encuentra afectado por la filosofía y la práctica del segundo. Con Galeno, médico griego de la Roma imperial, la higiene toma significado como promotora de la salud, la cual estaba centrada en el cultivo y el cuidado del cuerpo, que en términos modernos se podría asociar con estilos de vida saludables. El enfoque del autocuidado se inserta dentro de la perspectiva de promoción de la salud como promoción de estilos de vida saludable, en la medida en que se define estilo de vida como la relación con las experiencias colectivas e individuales y con las circunstancias vitales, al igual que patrones de elección o

patrones de conducta hechas a partir de las alternativas de que disponen las personas, según sus circunstancias socioeconómicas y la facilidad con la que pueden elegir unas y otras. Así, el enfoque se centra en modificación de la conducta por motivos de salud (Carmona Moreno, Rozo Reyes, & Mogollón Pérez, 2005: 69-70).

En general, la prestación de servicios de salud en los países de América Latina y el Caribe se caracteriza por un modelo mixto y segmentado, en el cual los prestadores públicos atienden a la población de mayor riesgo y de menores ingresos y presentan problemas de gestión y de eficiencia propios de organizaciones que operan en un contexto burocrático, con escasa competencia y falta de control efectivo por parte de la administración, a lo que se agrega, una falta de recursos para el sector. Otro elemento que dificulta la gestión de los hospitales y consultorios públicos es el excesivo centralismo en las políticas de gestión de los recursos humanos y financieros. Por su parte, los prestadores privados operan en un contexto de mayor flexibilidad, lo que les permite adecuarse más fácilmente a las demandas de los usuarios (Celedón & Noé, 2000: 102). Una forma de describir el sistema mexicano de salud es dividiéndolo en tres componentes: la seguridad social, la secretaría de salud y el sector privado. El primer componente atiende a poco más del 40 % de la población e incluye principalmente al IMSS que tiene a su cargo a los empleados de la economía formal. El segundo componente atiende alrededor del 50 % de la población —en su mayoría pobres del campo y la ciudad— e incluye a las instituciones que brindan servicios a la población no asegurada especialmente la propia secretaría de salud. El tercer componente es el sector privado —incluye aseguradoras privadas, clínicas, consultorio y hospitales particulares— en su mayoría sobre una base lucrativa.

Dada la insatisfacción general de los ciudadanos con el sector de la salud, se han realizado esfuerzos orientados a recoger la opinión de los ciudadanos y a establecer un mayor control sobre los prestadores de servicios de salud. En el sector público de la salud este control se ha ejercido a través de diversos

mecanismos, entre ellos la implementación de sistemas de información y reclamación, la realización de encuestas de opinión y el establecimiento de compromisos sobre cobertura, calidad y oportunidad del servicio (Celedón & Noé, 2000: 102).

La globalización conlleva una serie de beneficios desde el punto de vista del desarrollo y crecimiento económico para algunas naciones, pero propicia las grandes desigualdades sociales, en la medida en que favorece mayores condiciones de pobreza para algunos países. En lo que respecta a la población, las precarias condiciones socioeconómicas, asociadas con el bajo nivel educativo, con las dificultades para la alimentación y con el acceso a los servicios sociales, propician no sólo el deterioro de sus condiciones de salud, sino que de igual manera se constituyen en favorecedores de su exclusión social, toda vez que la situación de pobreza incide directamente en el sector salud (Carmona Moreno, Rozo Reyes, & Mogollón Pérez, 2005: 74).

Recapitulando el tema de la equidad se puede mencionar que la falta de equidad en salud es una consecuencia de procesos sociales como ingresos insuficientes, desocupación, un nivel de vida precario, diferencias en función del género, origen étnico y grupo de edad, consecuencias todas de la estructura social. No se pretende decir con esto que es necesario cambiar totalmente la estructura social para hacer menos desigual la salud de las poblaciones; pero suponer que la desigualdad y la inequidad en salud desaparecen con los nuevos modelos meritocráticos, que dividen el derecho ciudadano a la salud en aquellos que pueden pagar o tienen un cierto sistema de seguridad social y aquellos que carecen de seguridad social, es soñar con un imposible (Eibenschutz, Tamez, & Camacho, 2008: 123).

3.1 Método

La metodología que se implementó en el desarrollo del presente estudio fue cualitativa. Dado que el enfoque del trabajo se centra en la técnica de campo entrevista en profundidad semiestructurada.

La entrevista en profundidad es una de las tres grandes técnicas de investigación cualitativa —además de la observación y el análisis de contenido— implica siempre un proceso de comunicación, donde se ejercita el arte de formular preguntas y escuchar respuestas. Una de las formas más antiguas existentes hoy en día para la obtención de información.

Además este instrumento permite también cierta subjetividad que sirvió para enriquecer la investigación pues se habló con expertos en el tema, y sus opiniones siempre serán valiosas de recolectar y analizar, pero estos resultados no quedaron en lo explícito expresado, sino que permitió ir más allá, es decir a las intenciones del experto en cuestión. Para la entrevista se diseñó un cuestionario. El tiempo estimado de cada entrevista fue de 30 minutos en promedio.

La selección de los participantes se realizó en base a la disponibilidad de cada uno de los médicos. Como criterio de selección se decidió que los entrevistados fuesen médicos consultantes del estado de Nuevo León, que son el primer contacto del paciente con el sistema de salud y pertenecientes a los sectores de salud pública y privada. Se realizó un muestreo no probabilístico, por saturación de datos. Para esta investigación se realizaron 15 entrevistas. El análisis de las entrevistas permitió identificar la postura de los prestadores de los servicios de salud frente a los conceptos y formas de la participación ciudadana. El cuestionario constó de 9 preguntas abiertas.

4.1 Resultados

La participación ciudadana significa intervenir en los centros de gobiernos de una colectividad, participar en sus decisiones en la vida colectiva, de la administración de sus recursos, del modo como se distribuye sus costos y beneficios (Merino, 1996) sin embargo en el tema de salud local la participación ciudadana no parece incidir de forma contundente en este sentido, toda vez que los encuestados señalan que la participación existente es solo a nivel de opinión y promoción. Es decir que todos los

encuestados consideran como muy importante la participación ciudadana en salud para promover la transparencia, mejorar calidad de la atención y facilitar la promoción de la salud; que además ayuda a mejorar en general el servicio al permitir conocer las necesidades e inquietudes de la población.

Los encuestados coinciden al señalar que la equidad en salud es: la posibilidad de garantizar la atención a toda la población, evitando las desigualdades y teniendo como prioridad la mejora continua, para garantizar una equitativa distribución de los recursos y mejorar la calidad de vida. Por ello consideran que la equidad en salud y la participación ciudadana están íntimamente relacionadas.

Las formas de participación que los encuestados reconocen como actuales son las promotoras de salud, aval ciudadano y buzón de calidad, sin embargo los actores que se presentan en estos rubros son un solo sector de la población, siendo este el de amas de casa, quedando fuera el resto de la población por autoexclusión.

Los encuestados comentan que actualmente el programa de promotoras voluntarias es considerado el mejor programa de participación ciudadana, ya que permite la transmisión de la información de manera efectiva. Sin embargo consideran pertinente que la organización sea por áreas pequeñas para tratar temáticas específicas.

La apatía por participar toma dos rumbos a saber, podría ser considerada como problema del ciudadano y no necesariamente del gobierno toda vez que se hace hincapié en que en el estado mexicano de Nuevo León es insuficiente la participación ciudadana fomentada por el desinterés. Empero al indagar sobre el responsable de fomentar la participación ciudadana los encuestados señalan al gobierno, llámese secretaría de salud, como la encargada de ello. Contrastando con la esencia teórica de que la participación debe surgir de la comunidad, pero abonando al concepto de la centralización. Un proceso participativo de definición de políticas habilita a las personas como ciudadanos conscientes de sus

derechos, facilita que ejerzan posteriormente un efectivo control social sobre el sistema, e incrementa el capital social. En general, en los países de América Latina y el Caribe la formulación de políticas en el sector de la salud continúa realizándose de forma centralizada, con escasa participación de las personas y baja adecuación a la realidad local. (Celedón & Noé, 2000: 100). Regularmente la participación comunitaria en salud incluye: promoción para la puesta en marcha de programas de control epidemiológico o de inmunización planteados por la Secretaría de Salud, con el objetivo de crear un espacio para la organización de comités de salud orientados a responder a problemas de orden coyuntural (Arévalo, 2004: 114).sin embargo esta participación es generada en su mayoría verticalmente, es decir que el sector salud decide el cómo y el cuándo de la participación ciudadana.

El ciudadano siempre será la pieza clave al hablar de participación, ya que juega el papel principal siendo el directamente involucrado; los encuestados concluyen —al indagar sobre lo que Nuevo León necesita para mejorar la participación ciudadana— que el ciudadano requiere estar motivado y concientizado para actuar en beneficio propio y de su entorno, además de difundir los derechos que como ciudadanos tienen; aumentando la credibilidad y liderazgo del sector salud.

5.1 Conclusión

Si ningún país tiene como programa de gobierno la inequidad ¿por qué es tan persistente y generalizada la inequidad de salud? Si todos tienen como meta la equidad, independientemente de que sean países pobres, de medianos recursos o países desarrollados, porque no pueden conseguirla. Los organismos de la ONU sostienen que la causa raíz de la enfermedad es la pobreza tanto en el ámbito internacional como el nacional y que la visión con la que hay que abordar a la equidad es la macroscópica, pues la solución global de la inequidad está en este nivel (Sonis, 2000: 360). De manera coincidente, los cambios en la estructura de poder de muchas naciones, el reconocimiento del impacto de la pobreza como uno de los

factores generadores de desigualdades sociales en salud, llevaron al replanteamiento de muchas de la políticas públicas internacionales, que hasta ese momento habían hecho hincapié en lo medicalizante, para dar lugar a un modelo de promoción de la salud centrado en el favorecimiento de la equidad, de la participación comunitaria y del trabajo intersectorial.

La promoción de la salud se convierte así en una estrategia institucionalizada que pretende enfrentar los desafíos de reducir la inequidad, incrementar la prevención y fortalecer la capacidad de la personas de hacer frente a los problemas. (Carmona Moreno, Rozo Reyes, & Mogollón Pérez, 2005: 71).

La participación comunitaria en el ejercicio del control resulta fundamental no sólo para la transparencia de la gestión pública sino también para la construcción de tejido social y el fortalecimiento de la democracia. La integración de los ciudadanos a través de los mecanismos de participación y control social, permite que cada persona se reconozca como ciudadano y en esa medida comprenda sus derechos y sus deberes. De allí que la población podrá generar nuevos compromisos para contribuir al desenvolvimiento del sistema (Arévalo, 2004: 110). Pero hablar de participación ciudadana en los asuntos públicos encierra una paradoja sintetizada en dos puntos: por un lado, un elevado optimismo discursivo sobre los alcances de esta participación; pero, por el otro, una escasa intervención real de la ciudadanía en las políticas públicas, derivada seguramente de la precariedad de las condiciones sociales básicas para el ejercicio de los derechos del ciudadano (Canto Chac, 2008: 10).

Sin embargo se tienen avances significativos en materia de equidad en salud, toda vez que la participación ciudadana es pieza clave para el buen desarrollo de ésta, y si bien la participación ciudadana en salud no ha cubierto todos los niveles deseados, tiene avances significativos en los niveles rudimentarios como la información y promoción. No obstante falta mucho por hacer en los niveles superiores como la autogestión por ejemplo, sin embargo el estado de Nuevo León se mantiene dentro del grupo de entidades con amplia participación ciudadana, ahora lo que sigue es escalar a modelos más

eficientes, que permitan una participación más activa y lograr con ello una mejoría en la equidad en salud.

6.1

7.1 Bibliografía

- Arévalo, D. A. (2004). Participación comunitaria y control social en el sistema de salud. *Rev. salud pública, 6(2)*, 107-139.
- Avila Urdaneta, M. (2010). La salud en el paradigma de la descentralización en América Latina. *Revista de Ciencias Sociales (Ve), XVI(3)*, 526-543.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2006). *La política de las políticas públicas*. México: Editorial Planeta.
- Canto Chac, M. (2008). Gobernanza y participación ciudadana en las políticas públicas frente al reto del desarrollo. *Política y Cultura(30)*, 9-37.
- Canto Sáenz, R. (2000). Políticas públicas. Más allá del pluralismo y la participación ciudadana. *Gestión y Política Pública, IX(2)*, 231-256.
- Carmona Moreno, L. D., Rozo Reyes, C. M., & Mogollón Pérez, A. S. (2005). La salud y la promoción de la salud: una aproximación a su desarrollo histórico y social. *Rev. Cienc. Salud, 3(1)*, 62-77.
- Celedón, C., & Noé, M. (2000). Reformas del sector de la salud y participación social. *Rev Panam Salud Publica, 8(1/2)*, 99-104.
- Delgado Gallegos, M. E., Vazquez Navarrete, M. L., Zapata Bermúdez, Y., & Hernán García, M. (2005). Participación social en salud: conceptos de usuarios, líderes comunitarios, gestores y formuladores de políticas en Colombia. Una mirada cualitativa. *Rev Esp Salud Pública, 79*, 697-707.
- Déniz, J. (2012). *Políticas públicas y actores del desarrollo. Reflexiones generales. En Vidal, G. y Déniz, J. (Dirs.). Actores del desarrollo y Políticas Públicas*. México: Fondo de cultura económica.
- Eibenschutz, C., Tamez, S., & Camacho, I. (2008). Desigualdad y políticas sociales erróneas producen inequidad en México. *Rev. Salud Pública, 10 (1)*, 119-132.
- Evans, T., Whitehead, M., Diderichsen, F., Bhuiya, A., & Wirth, M. (2002). *Desafío a la falta de equidad en la salud: de la ética a la acción*. Washington: The Rockefeller foundation/Organización Panamericana de la Salud.

- Fernández Santillán, J. (2007). *Democracia y sociedad civil. En Mariñez Navarro, F. Ciudadanos, decisiones públicas y calidad de la democracia.* México: Limusa.
- Lasswell, H. (1951). *La orientación hacia las políticas. En: Luis Aguilar. El estudio de las políticas públicas.* México: Porrúa.
- Lindblom, C. (2007). *Todavía tratando de salir del paso. En Aguilar, L. La hechura de las políticas.* México: Porrúa.
- Mariñez Navarro, F. (2011). *Hagamos entre todos la política pública.* México: Porrúa.
- Merino, M. (1996). *La participación ciudadana en la democracia.* Quito: ILPES-CEPAL.
- Montagut, T. (2008). *Política social.* Barcelona: Ariel.
- OCDE. (2012). *Serie "Mejores políticas" México mejores políticas para un desarrollo incluyente.* México: Organización para la cooperación y el desarrollo económico.
- Pérez Lugo, J. (2007). La necesaria reforma de los sistemas de salud en América Latina. *Gaceta laboral, 13(1), 43-57.*
- Rabotnikof, N. (2008). *Discutiendo lo público en México. En Merino, M. ¿Que tan público es el espacio público en México?* México: Fondo de cultura económica.
- Ramírez Viveros, J. M. (2012). La política pública de participación ciudadana en el gobierno local: caso Alcobendas, España. *CONfines, 8, 101-131.*
- Sonis, A. (2000). Discurso del Dr. Abraam Sonis, ganador del Premio Abraham Horwitz 2000 para la Salud Interamericana. *Revista Panamericana de Salud Pública, 8(5), 359-362.*
- Suárez Jiménez, J. M. (2010). Desafíos para alcanzar universalidad con equidad en salud en América Latina en el siglo XXI. *Revista Cubana de Salud Pública, 36(3), 248-254.*



LA MEDIACIÓN COMUNITARIA COMO POLÍTICA PÚBLICA

Dr. Pedro Paul Rivera Hernández
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública
Campus Mederos, Universidad Autónoma de Nuevo León
pedro_riverahdz@hotmail.com
Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 21/Abril/2015

Resumen

En el presente trabajo se analiza la mediación como forma de solución pacífica para la solución de conflictos sociales, la cual busca dar respuesta a problemas potencialmente alteradores de la paz social. Asimismo, se señalan las coincidencias que tiene la mediación con las características de una política pública con el fin de que aquélla sea considerada como tal y logre la consolidación de una pacificación social y una cultura de la paz en nuestra sociedad. Se realizaron entrevistas a expertos en el tema para contrastar las ideas expuestas en el presente.

Palabras clave: mediación comunitaria, comunidad, política, política pública.

Introducción

En el presente trabajo analizamos la mediación comunitaria por considerarla uno de los ámbitos sociales más vulnerables en la actualidad debido a que juega un papel prioritario en la vida cotidiana de una comunidad. A través de ella, esos problemas que no poseen trascendencia jurídica pueden contenerse y evitar que el conflicto tome otros niveles, es decir, la mediación comunitaria crea un espacio institucionalizado para la resolución de conflictos, a través de la mediación por profesionales capacitados, para evitar que los conflictos se conviertan en acciones violentas, resultado de pugnas en tribunales, y por ende, alteren el orden social.

Su implementación puede evitar el rompimiento del orden social dentro de la comunidad. Al mismo tiempo, se busca una participación ciudadana a través de la cual, los integrantes de la sociedad actúen en coordinación con el Estado para el mantenimiento del orden social y el establecimiento de una cultura de paz.

Desde esta perspectiva, consideramos pertinente señalar lo manifestado por Earl Johnson, juez del Tribunal de Apelación de California, quien señala que resulta hasta cierto punto irónico que sean las reclamaciones menores, lo que muchos calificarían de conflictos sin importancia – más que los litigios complejos – los que nos han obligado a replantearnos el modelo existente de resolución de conflictos (Singer, 1996, pág. 147). De ahí la importancia de su aplicación dentro de las comunidades para contener los conflictos y a la par, lograr la participación de la ciudadanía en la búsqueda de formas para evitar que los conflictos que se presenten aumenten de nivel.

En los conflictos sociales el sistema judicial presenta destacados defectos formales y materiales, ya que resulta inadecuado para restaurar la convivencia pacífica tras la tensión inherente a la litigiosidad de los conflictos cotidianos, que conviene resolver extrajudicialmente (Villagrasa Alcaide, 2011, pág. 548).

Marco Teórico

Como miembros de una comunidad compartimos el territorio en el que habitamos (Nató & Rodríguez Querejazu, 2001, pág. 77). Por tanto, tenemos la obligación de cuidar nuestros intereses. Es en este punto en donde la ciudadanía asume un papel trascendental, al ser ésta la que provoca el conflicto.

En las relaciones humanas cotidianas, en la interacción que existe y reside en todo ciudadano, en cualquier municipio, el vecino de una comunidad se encuentra con la complejidad y posible conflictividad que deriva del hecho de convivir con otras personas, con los mismos derechos y deberes, pero con una diversidad de opiniones, de sentimientos, de costumbres, de educación, que comporta que, en ocasiones se generan controversias que a menudo consideramos irresolubles. La mediación comunitaria, social o ciudadana se presenta como un procedimiento de resolución del conflicto más adecuado y útil, teniendo presente que, a menudo, las personas enfrentadas deben continuar relacionándose (Villagrasa Alcaide, 2011, pág. 546).

En la práctica las asociaciones vecinales, referidas a las personas que habita (o que trabajan) en la unidad territorial de su acción, el barrio. Naturalmente los barrios están habilitados por personas que conforman y se sienten partícipes de diversos colectivos (algunos de ellos virtuales) o que comparten múltiples identidades. Lejos de interpretar la comunidad como un escenario estático, las relaciones que

se establecen entre personas, grupos e instituciones tienen un protagonismo fundamental en las dinámicas y a menudo manifiestan complejos conflictos de intereses y luchas por el poder (Fernández, 2008, pág. 62). Esos conflictos que se presentan dentro de las comunidades son los que dieron origen a la búsqueda de mecanismos que logren resolverlos dentro de la misma, además de evitar que las partes en conflicto acudan a los tribunales para que intervengan.

En este sentido, nos parece relevante la opinión de Marisela Montenegro, quien manifiesta que una acción comunitaria se refiere a todas aquellas reflexiones y acciones que se realizan por parte de los miembros de la comunidad a partir de una organización o grupo comunitario y que buscan la transformación de situaciones que son vistas como problemáticas por parte de esas personas. Ésta puede ser motivada o no por parte de profesionales de intervención social (Fernández, 2008, pág. 63). De tal forma, el Estado toma un papel fundamental para la implementación de la mediación dentro de las comunidades que atiendan las necesidades que tienen las partes en sus relaciones con los demás integrantes.

Gimeno y Reina señalan que la mediación comunitaria supone devolver a los ciudadanos el poder para resolver sus conflictos a través de un procedimiento democrático, recuperando la capacidad de decidir la solución a sus propias controversias, sin que sea un tercero el que deba imponer una decisión (Villagrasa Alcaide, 2011, pág. 554).

En el ámbito del conflicto social la mediación comunitaria permite a la administración local disponer de un nuevo recurso que aporta los elementos teóricos, metodológicos y técnicos necesarios para la provisión y prestación de servicios para la gestión positiva de los conflictos (Puntes, 2007, pág. 79).

La instancia de mediación tiene por objetivo la mejora de algunos servicios públicos de atención a los ciudadanos, al disminuir y/o desactivar los conflictos que se generan por la contraposición entre los intereses generales y los individuales, entre los intereses del ciudadano y los del empleado público o entre los intereses de los mismos ciudadanos, durante la prestación del servicio público y la atención al ciudadano (Nató, Rodríguez Querejazu, & Carbajal, 2006, pág. 90).

La ética legal, la cultura, el conflicto, la dinámica de grupos, la violencia en las escuelas, el aumento de la violencia en las comunidades, han contribuido al desarrollo de las técnicas de conflictos en nuestra época, como una alternativa válida, eficaz y económica de solucionar las disputas (Gómez Olivera, 2005, pág. 33). Sin lugar a dudas, el ser humano al vivir en sociedad está expuesto a diferencias o problemas con los demás, por tanto surge este tipo de mediación que resuelve esos conflictos.

La mediación comunitaria está dentro de lo que se clasifica como “mediación en lo social”, cuenta con la particularidad de ser más directa y abarcativa que en otras especialidades ya que está enfocada en dar respuesta a conflictos potencialmente alteradores de una paz social cada vez más frágil (Gómez Olivera, 2005, pág. 34). En el ámbito social o comunitario, la mediación promueve una cultura basada en la autodeterminación y en la iniciativa de los individuos o de los actores sociales (Nató, Rodríguez Querejazu, & Carbajal, 2006, pág. 85).

Consiste en aplicar la técnica para resolver problemas comunitarios identificándose como un esquema de concertación social que procura la paz entre los miembros de una comunidad. La acción de mediación es un proceso institucionalizado de gestión positiva de aquellos conflictos en los que una o

todas las partes implicadas perciben que la posibilidad de negociación directa entre ellas se ha agotado, pero siguen estando interesadas en preservar la relación y el vínculo entre ellas (Nató, Rodríguez Querejazu, & Carbajal, 2006, pág. 82).

Otra concepción refiere que es un recurso humano y un instrumento cívico mediante el cual los integrantes de una sociedad pueden tramitar sus diferencias y/o gestionar los conflictos que se les presentan en el ámbito privado y/o público, así como también participar en la construcción de la sociedad que integran (Mediación Comunitaria. Conflictos en el escenario social urbano, 2006).

Asimismo, tenemos que son múltiples los conflictos que se pueden resolver por esta vía. Como ejemplos podemos mencionar los ruidos molestos, olores desagradables, problemas con plantas y árboles, uso de espacios comunes, animales domésticos, etc.

Las características de la mediación comunitaria son (Nató & Rodríguez Querejazu, 2001, pág. 116):

- Logra la participación de toda la comunidad mediante voluntarios capacitados para brindar el servicio.
- No se requiere ningún título académico o profesional para ser voluntario.
- Los Mediadores Comunitarios representan la diversidad de la comunidad a la que sirven.
- Posibilita el acceso directo del público.
- Evita toda barrera burocrática.
- Brinda un servicio gratuito.
- Contribuye a generar relaciones colaborativas entre los miembros de una comunidad.

- Proporciona una alternativa de resolución del conflicto, cualquiera sea la etapa en que se encuentre.
- Contribuye a la toma de conciencia pública sobre los valores y prácticas de la mediación.
- Ofrece resolver diferencias y conflictos entre individuos, grupos y organizaciones de manera constructiva.
- Brinda a las personas la oportunidad de asumir responsabilidades por la resolución del conflicto y tener control sobre el resultado.
- Preserva los intereses individuales.
- Promueve la paz y el diálogo.
- Contribuye a construir relaciones más sólidas, familias más armoniosas y barrios más tranquilos y seguros.
- Fomenta el trabajo cooperativo y el entendimiento en los barrios donde conviven personas de distintas razas, edades, religiones, nivel económico y social.
- Contribuye a eliminar las conductas autoritarias y discriminatorias.
- Desarrolla la capacidad de análisis y reflexión.
- Consolida el espíritu democrático de la comunidad.
- Revaloriza la palabra empeñada.

La provisión de una acción de mediación debe ser una responsabilidad de la administración local, que define y asume la titularidad de un nuevo servicio público de carácter universal que satisface el derecho de los ciudadanos a participar activamente en la gestión de los conflictos que les afectan, garantizando las condiciones de acceso y uso, así como las de la prestación, es decir, la calificación de los profesionales y la calidad de las instalaciones (Nató, Rodríguez Querejazu, & Carbajal, 2006, pág. 82).

Hablar de políticas públicas y de mediación, tiene una relevancia importante para la consolidación de un sistema democrático. El Estado como garante del orden social, político y jurídico, en conjunto con los ciudadanos, organizaciones no gubernamentales y cualquier otro tipo de organización ciudadana, está obligado a crear políticas públicas que den como resultado la satisfacción de las necesidades sociales. Por tanto, nos parece pertinente manifestar que la mediación debe ser considerada como una política pública que busca el lograr la participación ciudadana, a través de la gestión directa de los mismos, que genere esa cultura de paz necesaria en toda sociedad.

La disciplina de las políticas públicas surge para llenar este vacío de conocimiento, para conocer cómo se toman las decisiones de gobierno y para saber si se toman con base en datos, análisis y cálculos racionales, que incrementan la eficacia de la acción decidida, o si en cambio se sustentan en otros criterios (Aguilar Villanueva, 1994, pág. 19). Desde su fundación, impulsada por Harold D. Lasswell, la disciplina de política pública, que fue entendida en modo multi e interdisciplinario como “ciencias de políticas” (*policy sciences*), se interesó por la idoneidad causal de la política pública para realizar sus propósitos, por la eficacia directiva del gobierno, que es posible solo mediante conocimiento científico (Aguilar Villanueva, 1994, pág. 20).

El componente político y el técnico de la política pública se articulan bien, sin rispideces ni tensiones, cuando las acciones decididas por el gobierno cuentan con suficiente aceptación social y producen los resultados. Otras veces los dos componentes de la política no se corresponden, se confrontan y uno trata de prevalecer sobre el otro, cosa que ocurre cuando las consideraciones políticas llevan a prometer situaciones sociales valiosas, hermosas, pero que no son factibles o son insensatamente costosas, o

cuando a los decisores de las política pública no les importan mucho las consecuencias políticas, acaso desastrosas, que provocan sus decisiones técnicamente fundadas (Aguilar Villanueva, 1994, pág. 17).

El interés y el objeto de conocimiento de la ciencia política eran única o principalmente la legitimidad política del gobierno, relacionada con la estructura y el funcionamiento del régimen político (sistema electoral y de partidos, composición de los poderes públicos, sus normas de relación, las relaciones entre los niveles de gobierno y las relaciones entre el gobierno y los ciudadanos, y otros), pero no el proceso mediante el cual el gobierno legítimo diseñaba, deliberaba, decidía y llevaba a cabo sus acciones directivas (Aguilar Villanueva, 1994, pág. 19).

El mapa actual de la disciplina de las políticas públicas muestran un continente unidisciplinario, en el que el análisis económico es predominante y subordina a los demás enfoques, y uno multidisciplinario, en el que el análisis jurídico, politológico y administrativo, además del económico, son componentes fundamentales y se combinan en el diseño de las políticas públicas. Los dos continentes son a veces distantes y antagónicos, a veces fronterizos y complementarios (Aguilar Villanueva, 1994, pág. 24). Entonces, tenemos que se inicia una relación estrecha entre la ciencia política y las políticas públicas. Sin lugar a dudas esa relación es inevitable debido a que se complementan y funcionan en conjunto dentro del territorio en el que se ejerce el poder estatal.

La política pública es la clase de acción directiva de gobierno más extendida, pues cubre prácticamente todos los campos de responsabilidad del Estado y de mayor importancia social, y la actividad que integra las varias dimensiones políticas, legales, financieras y administrativas del gobernar (Aguilar Villanueva, 1994, pág. 30). Es decir, una política pública toma como esencia los distintos aspectos que deben considerarse para cumplir con el objetivo para el cual se crean.

Desde la decisión de la élite política para el diseño de las políticas públicas, como la reglamentación, el presupuesto que se gastaría en su implementación, y por supuesto, en su adaptación ante las instituciones a las que les corresponda llevarlas a la práctica.

No es un plan holístico que pretende abarcar todo el campo de acción de la sociedad y que toma en consideración solo la acción del gobierno, al que considera el actor determinante en la definición del sentido de dirección de la sociedad, de su agenda, instrumental y forma de organización (Aguilar Villanueva, 1994, pág. 30). El estudio de las políticas públicas propone un equilibrio entre autonomía estatal y autonomía social, sociedades con poder de decisión, que equilibren los deseos de los tecnócratas. También, un equilibrio en las capacidades: se requiere un Estado efectivo, pero también una sociedad fuerte, controladora y capacidad de decidir, combinado con una capacidad de actuar y resolver problemas. Se requiere capacidad estatal para hacer, pero también participación de grupos económicos para invertir.

El Estado debe construir nuevas políticas públicas que se constituyan como ámbitos de mediación entre la sociedad y el mercado. Mediación que debe ser entendida como distribución de ingresos, oportunidades y capacidades a la mayoría de la ciudadanía (Valencia Agudelo, Germán Darío, 2011, pág. 90). Entonces tenemos presente el binomio de la voluntad política y la voluntad social. Esta relación es parte fundamental para que la política cumpla con sus objetivos. A través de ella, se pueden concretar acciones, planes y programas que brinden un buen servicio a los integrantes de la comunidad dentro de la cual se implementan. Por ello es importante que exista una vinculación entre los actores políticos y la ciudadanía para que de manera conjunta realicen esfuerzos por llevar a la práctica las políticas públicas y se logre el desarrollo del Estado.

Fue entonces lógico estudiar la política más que las políticas, el sistema político entero más que el proceso como se adoptaba la decisión singular (Aguilar Villanueva, 2003, pág. 16). Esto es un punto discutible. Por una parte la ciencia política es la que da origen a las políticas públicas, sin embargo, la administración pública, en términos generales, es la que las lleva a la práctica. Entonces vemos que si bien es cierto, la relación entre política y políticas públicas es muy estrecha, también lo es que, debe al mismo tiempo tener en claro hasta qué punto interviene cada una de ellas. Esto, con el firme objetivo de llegar a cumplir los objetivos para los que se crean las políticas públicas.

Entre las definiciones más conocidas encontramos la de Jones quien plantea las políticas públicas como lo que el Estado hace o deja de hacer. Por su parte, Anderson aunque comparte la idea de que las políticas públicas son aquellas desarrolladas por cuerpos gubernamentales y sus funcionarios, le agrega la idea de secuencia intencionada de acción seguida por un actor o conjunto de actores a la hora de tratar con un asunto que los afecta (Valencia Agudelo, Germán Darío, 2011, pág. 80). En este sentido estamos frente al hecho de que las políticas públicas, además de ser un acto por parte de los actores decisorios, también se debe tomar en consideración a la sociedad a la cual va dirigida.

Las políticas pueden ser puestas por el gobierno, las legislaturas y las agencias reguladoras autorizadas por otras autoridades constituidas (Medina Solís, C.; Maupomé, G.; Avila-Burgos, L.; Pérez-Núñez, R.; Pelcastre-Villafuerte, B; Pontigo-Loyola, A., 2006). Cualquier nivel de gobierno que cuente con legitimidad puede crearlas dado que son los agentes que cuentan con el poder político para su formulación.

Existen diversas opiniones respecto a las características fundamentales de la política pública, sin embargo, para la presente investigación tomaremos como base las expuestas por Aguilar, las cuales son (Aguilar Villanueva, 1994, pág. 29):

1. Su orientación hacia objetivos de interés o beneficio público (constitucional o legalmente prescritos) y su idoneidad para realizarlos;
2. La participación ciudadana con el gobierno en la definición de los objetivos, instrumentos y acciones de la política;
3. La decisión de la política por el gobierno legítimo y con respeto a la legalidad;
4. La implementación y evaluación de la política por personal de la administración pública o en asociación con actores sociales o mediante delegación de atribuciones a los actores sociales.

1.1 Método

La presente investigación se realizó desde un enfoque cualitativo. Se aplicaron entrevistas, las cuales buscan entender el mundo desde la perspectiva del entrevistado, y desmenuzar los significados de sus experiencias (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2003, pág. 109). Nos enfocamos en recopilar información general al identificar la coincidencia de las características de la mediación comunitaria con respecto a las que posee una política pública.

Se utilizó un muestreo no probalístico, frecuentemente utilizado en investigaciones sociales (Izacara Palacios, 2007), no se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de ser elegido por lo que dependen de las características de la investigación (Cozby, 2001). Entre sus ventajas se encuentra el no necesitar un marco muestral, además de ser más sencilla y menos costosa que las probabilísticas (Kerlinger & Howard B., 2008).

De tal forma, el estudio fue dirigido a toda persona con posibilidad de participación que tiene contacto directo con la mediación, además de expertos en mediación comunitaria, para ello se recurrió al uso de un muestreo de tipo intencional, definido como el procedimiento mediante el cual, el investigador selecciona

directa e intencionadamente los individuos de la población que participarían en la investigación (Universidad de Sonora, 2014).

La duración aproximada de las entrevistas fue de entre 50 y 60 minutos.

Resultados

Se elaboró un guion de entrevista semiestructurada que consistió en 10 preguntas basadas en las variables del estudio. Una vez obtenida la información se inició con el análisis de los resultados.

En este sentido, los entrevistados consideraron que la mediación comunitaria es un proceso, una estrategia, un programa que tiene como principal finalidad atender conflictos vecinales y familiares principalmente. Los niveles de solución a través de un acuerdo son altos de acuerdo a lo reportado por los participantes. Asimismo, señalan que las principales ventajas de la mediación comunitaria son: sencillo, rápido, equitativo, económico.

Hemos encontrado que la política pública es una estrategia o un programa creado por el gobierno para satisfacer una necesidad social. Asimismo, entre sus principales características encontramos que proviene de un órgano de gobierno para cubrir una necesidad, cuenta con una reglamentación jurídica y una finalidad. Asimismo, observamos que de acuerdo con lo expuesto por los participantes la mediación comunitaria posee dichas características, por tanto, puede ser considerada como una política. Aunado a ello, se señala que otra de las características que deben considerarse para la creación de políticas públicas es la participación ciudadana. A su vez, encontramos también que la mediación comunitaria principalmente es administrada por los ayuntamientos.

Conclusiones

Al considerarse como política pública la administración de la mediación desde los órganos gubernamentales garantizaría beneficios sociales a corto, mediano y largo plazo. Es decir, los elementos principales que caracterizan una política pública son: la búsqueda de un beneficio público, la participación ciudadana con el gobierno, la decisión de la política por el gobierno legítimo y con respeto a la legalidad, así como la implementación y evaluación de la política, de tal manera, la mediación comunitaria indudablemente cumple con esas características. Al ser implementada para la resolución de los conflictos entre los ciudadanos, busca el obtener la reparación del daño, la atención de conflictos comunitarios, una pacificación social, una culturización de paz, además de una consolidación de valores tales como el perdón, el respeto, aceptación de la diversidad, la convivencia, etc. Por lo anterior, encontramos una relación directa entre las características principales expuestas sobre la mediación y lo que se pretende alcanzar cuando se habla de la reparación del daño.

La participación ciudadana en los procesos de solución de conflictos se ha incrementado gracias a la apertura que el sistema judicial y de procuración de justicia ha realizado a través de los mecanismos alternativos de solución de conflictos, convirtiéndose en los verdaderos protagonistas del cambio de la modernización e internacionalización de la justicia. Esta fórmula sociedad y MASC ha logrado transformar en poco tiempo un sistema adversarial y rígido, por un sistema que se vislumbra conciliar y promotor de la paz, de ahí necesario entender cómo es que la mediación, la conciliación y el arbitraje evolucionan vertiginosamente (Gorjón Gómez F., 2013) y cambia a las personas, cambia sistemas pero sobre todo son generadores de una cultura que privilegia la negociación versus la confrontación. Falta

un largo camino por recorrer, sin embargo se han dado y se siguen dando pasos significativos para lograr una cultura de paz en nuestra sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar Villanueva, L. F. (1994). *Política Pública*. México: Biblioteca Básica de Administración Pública.

Aguilar Villanueva, L. F. (2003). *Las hechuras de las Políticas*. México: Miguel Ángel Porrúa.

223-229.

Fernández, E. (2008). Movimiento vecinal, protesta, acción comunitaria o acción política desde la ciudadanía. En P. Heras i Trias, *La acción política desde la comunidad* (págs. 39-74). Barcelona: GRAÓ.

Gómez Olivera, M. (2005). *Mediación Comunitaria. Bases para implementar un Centro Municipal de Mediación Comunitaria y de Resolución de Conflictos*. Buenos Aires: Espacio Editorial.

Gorjón Gómez, F. (2003). *Estudio de los Métodos Alternos de Solución de Controversias en el Estado de Nuevo León*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Facultad de Derecho y Criminología, UANL.

Medina Solís, C.; Maupomé, G.; Avila-Burgos, L.; Pérez-Núñez, R.; Pelcastre-Villafuerte, B; Pontigo-Loyola, A.; (2006). Políticas de salud bucal en México: disminuir las principales enfermedades. Una descripción. *Revista Biomédica*(17), 269-286.

Nató, A. M., & Rodríguez Querejazu, G. (2001). Mediación Comunitaria: Practicar una Ética de la Paz. En C. González-Capitel, *Mediación x 7* (págs. 77-123). Barcelona: Atelier.

- Nató, A. M., Rodríguez Querejazu, M. G., & Carbajal, L. M. (2006). *Mediación Comunitaria. Conflictos en el escenario social urbano*. Buenos Aires: Editorial Universidad.
- Puntes, S. (2007). *La mediación comunitaria. ciudadanos, derechos y conflictos*. Colombia: Cámara de Comercio de Bogotá.
- Singer, L. R. (1996). *Resolución de Conflictos. Técnicas de actuación en los ámbitos empresarial, familiar y legal*. Argentina: Paidós.
- Valencia Agudelo, Germán Darío;. (2011). Contribuciones de las Políticas Públicas al estudio del Estado. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 14(30), 87-104.
- Villagrasa Alcaide, C. (2011). La Mediación Comunitaria o Vecinal. En H. Soletto Muñoz, *Mediación y Resolución de Conflictos: Técnicas y Ámbitos* (págs. 545-563). Madrid: Tecnos.



PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES RESPECTO AL USO DE LAS TIC'S, EN EL ESPACIO ÁULICO POR EL DOCENTE UNIVERSITARIO

Autores:

Juan Guadalupe Martínez Macías

juan.martinezm@uanl.edu.mx

Ciudad Universitaria, San Nicolás, México, 83294000 ext 4245

Juan Manuel Chávez Escobedo

juan.chavez@uanl.edu.mx

Ciudad Universitaria, San Nicolás, México, 83294000 ext 4245

Raúl Dávila Garza

raul.davilag@uanl.mx

Ciudad Universitaria, San Nicolás, México, 83294000 ext 5517

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo mostrar los resultados de la aplicación de una encuesta a los estudiantes de noveno semestre de las cuatro licenciaturas que se imparten en la Facultad de Contaduría Pública y Administración, de la Universidad Autónoma de Nuevo León., para evaluar el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, por parte de los Docentes. Es una investigación cualitativa, que de muestra por parte de los alumnos basados en su percepción en el salón de clases, el manejo de las TIC en el proceso enseñanza - aprendizaje. Como hallazgo los estudiantes perciben a sus Profesores con competitividad en el manejo de las TIC.

ABSTRACT

The present work aims to show the results of the application of a survey to students in ninth semester of the four degrees that are taught in the Faculty of Public Accounting and Administration, the Autnomus University of Nuevo Leon, to evaluate the use of Information Technology and Communication, by teachers. It is a qualitative research, which shows by students based on their perception in the classroom, management of ICT in the teaching – learning process. As finding students perceive their teachers with competitiveness in the management of ICT.

Key Words: Teachers, Students, Evaluation, ICT, UANL

1. Introducción

En la actualidad los recursos tecnológicos son una herramienta de trabajo y de toma de decisiones en cualquier ámbito laboral, por lo que el sector educativo esta inmerso y va de la mano de los adelantos en la tecnología de la información y de la comunicación. Los estudiantes hoy en día es muy común ver como utilizan, la telefonía celular y tabletas como el IPAD y similares para comunicarse con su entorno. Los docentes universitarios quedan rezagados ante el progreso tecnológico, en el proceso enseñanza - aprendizaje es muy importante la comunicación con los estudiantes hablando un mismo idioma el de la tecnología, ¿porqué él rezago? puede existir varias respuestas, ¿desinterés por parte de los docentes? ¿la edad? ¿falta de capacitación o actualización? ¿rehusar a cambiar su estilo o forma de impartir la cátedra? , este es el punto de partida para la evaluación de los catedráticos por parte de los alumnos, desde su perspectiva en el salón de clases. En el (2008: 2) la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), publicó los *Estándares de Competencias en TIC para Docentes*, donde menciona, “Para vivir, aprender y trabajar con éxito en una sociedad cada vez

más compleja, rica en información y basada en el conocimiento, los estudiantes y los docentes deben utilizar la tecnología digital con eficacia. En un contexto educativo sólido, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) pueden ayudar a los estudiantes a adquirir las capacidades necesarias para llegar a ser: competentes para utilizar tecnologías de la información; buscadores, analizadores y evaluadores de información; solucionadores de problemas y tomadores de decisiones; usuarios creativos y eficaces de herramientas de productividad; comunicadores, colaboradores, publicadores y productores; y ciudadanos informados, responsables y capaces de contribuir a la sociedad”. La comunicación en el espacio áulico donde los docentes comparten con los muchachos sus conocimientos a través de un programa analítico de estudio, y se complementa con el expertise laboral, es fundamental la aplicación de las TIC, para efectos de aprendizaje de nuevos recursos que ayuden a sustentar sus competencias profesionales. Como se señala, “El profesor deja de ser la única fuente de información y además pasa a ser un guía de los alumnos, facilitándoles y gestionando el uso de los recursos y medios de aprendizaje y acentuando su papel de orientador y mediador. Como resultado de estos cambios de roles de los estudiantes y los docentes, al profesor se le requiere, como parte de su proceso de formación, saber usar los recursos de información mediados por la tecnología. Además de este tipo de formación, necesitará el apoyo de medios, guías y ayudas profesionales que le permitan participar de manera eficaz en el ejercicio de su actividad como docente” (Araiza, 2011). El presente estudio evalúa la utilización de las TIC por parte de los profesores en el aula, desde la óptica estudiantil en una escuela de negocios.

2. Marco teórico

En la actualidad se nos presenta un nuevo orden mundial en el que destacan la hegemonía de la ciencia y la tecnología, la gran cantidad y complejidad de la información, el papel a ser desempeñado por la inteligencia artificial y la gran variedad de contactos entre grupos poblacionales diversos. Configurando así el escenario donde ha de desarrollarse la vida del ser humano, la mentalidad debe ser fomentada en la escuela, en la sociedad y en el ámbito laboral, para hacer frente a estos nuevos retos (Gardner, 2008) en (Lozano, 2010: 431). Los profesores deben de adecuarse a los escenarios actuales y seleccionar la información que se despliega vía internet, redes y tecnología sectorial para beneficio de la academia y los alumnos, como lo apunta (Delors, 1997:147) “ En la industria y en la agricultura, la presión de las tecnologías modernas favorece a quienes son capaces de comprenderlas y dominarlas. Cada vez es más frecuente que los empleadores exijan de su personal que sea capaz de resolver problemas nuevos y de tomar iniciativas. En cuanto al sector de los servicios, que ya ocupa un puesto predominante en los países industrializados desde hace mucho, a menudo exige una cultura general y un conocimiento de las posibilidades que ofrece el entorno humano, que son otras tantas exigencias nuevas planteadas a la educación. Las universidades han tenido que conceder más importancia a las formaciones científicas y tecnológicas para atender la demanda de especialistas al corriente de las tecnologías más recientes y capaces de manejar sistemas cada vez más complejos. Como nada indica que esta tendencia vaya a invertirse, es preciso que las universidades sigan siendo capaces de responder a la demanda, adaptando sin cesar formaciones especializadas a las necesidades de la sociedad”. Nuestros estudiantes deben de egresar con el dominio de herramientas tecnológicas que apoyen la toma de decisiones en el campo profesional, adecuación de programas académicos hasta la mejora en los sistemas educativos, “Los sistemas

educativos de todo el mundo se enfrentan actualmente al desafío de utilizar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para proveer a sus alumnos con las herramientas y conocimientos necesarios para el siglo XXI. Con el advenimiento de las nuevas tecnologías, el énfasis de la profesión docente está cambiando desde un enfoque centrado en el profesor y basado en clases magisteriales, hacia una formación centrada principalmente en el alumno dentro de un entorno interactivo de aprendizaje. El diseño e implementación de programas de capacitación docente que utilicen las TIC efectivamente es un elemento clave para lograr reformas educativas profundas y de amplio alcance. Las instituciones de educación docente deberán optar entre asumir un papel de liderazgo en la transformación de la educación, o bien quedar rezagadas en el camino del incesante cambio tecnológico. Para que la educación pueda explotar al máximo los beneficios de las TIC en el proceso de aprendizaje, es esencial que tanto los futuros docentes como los docentes en actividad sepan utilizar estas herramientas” (UNESCO, 2004: 5). El papel de las TIC en la educación y otros sectores productivos como el financiero han revolucionado sus antiguos procesos de enseñar y de servir a los usuarios finales, facilitándolos y acercando a los nuevos usuarios a la educación, inversión y financiamiento, así como lo acentúan, Araiza, Gómez, Velázquez & Araiza (2012: 68). “Utilizando eficientemente la tecnología de la información se pueden obtener ventajas competitivas, pero es preciso encontrar procedimientos acertados para mantener tales ventajas, como una constante, así como disponer de cursos y recursos alternativos de acción para adaptarles a las necesidades del momento, pues las ventajas no siempre son permanentes. Las tecnologías de la información representan una herramienta cada vez más importante en los negocios, sin embargo al implementar un sistema de información de una empresa no garantiza que ésta obtenga resultados de manera inmediata o a largo plazo. El nuevo paradigma para la enseñanza que se va perfilando en el marco de la

sociedad de la información con las nuevas presentaciones de los ordenadores, la telefonía y especialmente internet, que proporcionan acceso a todo tipo de información que se encuentra disponible en todas partes, facilitan los canales de comunicación que podría llamarseles omnipresentes e inmediatos, se han desarrollado tipos de aprendizaje que son totalmente distintos a tan solo una década atrás, virtuales, nuevos roles del profesor y los estudiantes, materiales formativos. Es una evolución cada vez más acelerada de las instituciones al adaptarse al cambio del entorno social, con sus objetivos, servicios, sistemas de organización, métodos e instrumento de trabajo, planes de estudios, investigaciones realizadas, competencias que el personal debe tener”. Así mismo (Opazo, 2005: 85) apunta “La tecnología ha impactado fuertemente al desarrollo humano en los últimos tiempos. Este progreso científico se ha visto reflejado en todos los ámbitos de la sociedad especialmente la educación. Las tecnologías de la información y la comunicación como el computador, internet y otros de los dispositivos de aprendizaje virtual y digital como software educativo, software de productividad y una variada gama de servicios y recursos, constituyen herramientas que bien aprovechadas, pueden ser un gran apoyo para la enseñanza y el aprendizaje”. Los profesores se deben adecuar a las tendencias educativas, a los cambios en el proceso de enseñanza, la tecnología es una herramienta, aplicada correctamente se convierte en un exponente de conocimiento, para los estudiantes, profesores y la sociedad, la UNESCO (2005: 25) apunta “ Las TIC demuestran que la educación técnico – profesional y la educación académica pueden impartirse de forma conjunta; no tiene por qué existir entre ambas una barrera impenetrable. En la educación técnico – profesional, los conocimientos y habilidades fundamentales no se transmiten a través de una clase en la que el profesor se encuentra en una posición de autoridad, sino por medio de la interacción entre el maestro y el aprendiz. Durante mucho tiempo, la formación profesional o de oficio se consideró

inferior a la educación académica. Sin embargo, en la actualidad los educadores están reconsiderando el papel de este tipo de aprendizaje y reconociendo el valor del mismo como base para una formación académica”.

3. Método

El estudio tiene como objetivo explicar los resultados cualitativos, que muestran la perspectiva de los estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León con respecto a la utilización de las TIC en la enseñanza – aprendizaje por parte de los docentes en el salón de clases de la dependencia. Los estudiantes de noveno semestre de las carreras de Contador Público, Administración, Tecnologías de la Información y Negocios Internacionales, fueron seleccionados, fundamentando esta elección en su observancia durante su carrera de cuatro años y medio y asignaturas impartidas por los docentes de nuestra Escuela de Negocios. La encuesta estructurada por cuatro cuestionamientos, se aplicó en el mes de Abril de 2014, de forma directa, es decir cara a cara, de esta manera se trató de llegar a toda los estudiantes, al momento de aplicar la encuesta algunos alumnos optaron por no contestar, argumentando falta de tiempo, apatía y desinterés, más falta de cooperación por parte de los profesores al momento de visitar los grupos. A continuación se detalla población estudiantil de noveno semestre y formato de encuesta.

Tabla 1. Población estudiantil de noveno semestre, al mes de Abril de 2014.

Licenciatura	Población	Contestaron	%
Contador Público	559	156	28
Administración	555	149	27
Tecnologías de la Información	123	77	63
Negocios Internacionales	198	86	43
Totales	1435	468	33

Fuente: Elaboración propia con información de la Subdirección Académica de FACPYA – UANL.

Es una gran limitante el no dar oportunidad de entrar a los grupos y en su momento la apatía de los estudiantes, se da por hecho que son las externalidades que se enfrentan los profesores investigadores, de antemano agradecemos el apoyo de los participantes por su valiosa aportación y tiempo cedido para la investigación.

Tabla 2. Formato de encuesta aplicada a los estudiantes de noveno semestre de FACPYA – UANL.

Docentes - TIC	1	2	3	4	5
¿El docente invita a utilizar las TIC para actividades académicas?					
¿El docente utiliza el correo electrónico como medio de actividades académicas?					
¿El docente utiliza internet en el aula, como apoyo de clase?					
¿El docente utiliza las TIC para impartir su clase?					

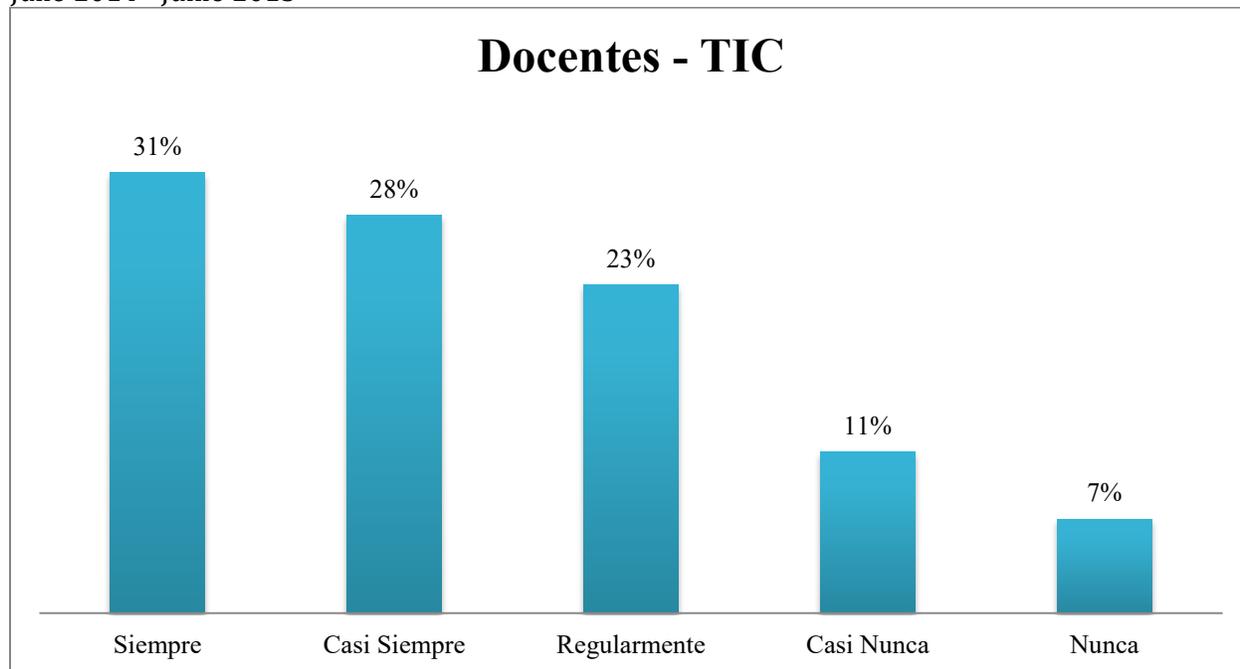
Fuente: Elaboración propia

Donde: 1 es siempre; 2 casi siempre; 3 regularmente; 4 casi nunca; y 5 nunca.

4. Resultados

A continuación se muestran los resultados obtenidos de los estudiantes, respecto a la utilización de las TIC, como recurso de enseñanza del docente en el espacio áulico. El presente trabajo es una investigación cualitativa.

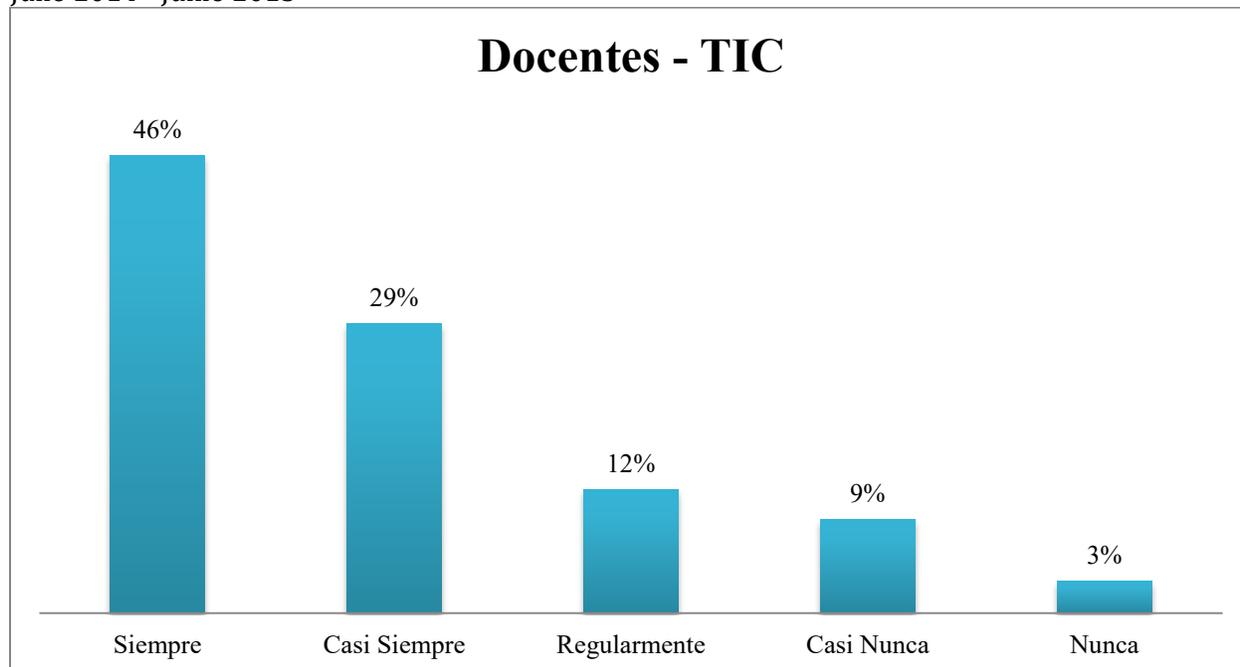
Figura 1. ¿El docente invita a utilizar las TIC para actividades académicas?



Fuente: Elaboración propia, en base a la recolección de datos entre los estudiantes de Noveno Semestre de la FACPYA – UANL.

La Figura 1. Muestra la participación del Docente en el aula al motivar a los estudiantes al uso de las TIC para actividades referentes a lo académico. El 31% de los alumnos menciono que los Profesores *siempre* los invitan a utilizar las TIC para efectos de llevar a cabo sus actividades académicas, el 28% percibieron que *casi siempre* los Maestros invitan a utilizar las herramientas tecnológicas, el 23% considero que *regularmente* los Docentes invitan al uso del apoyo de la tecnología, el 12% de los muchachos señalan que *casi nunca* reciben por parte de los Profesores la invitación al uso informático y de la comunicación y el 7% indican que nunca los Catedráticos los motivan al uso de las TIC.

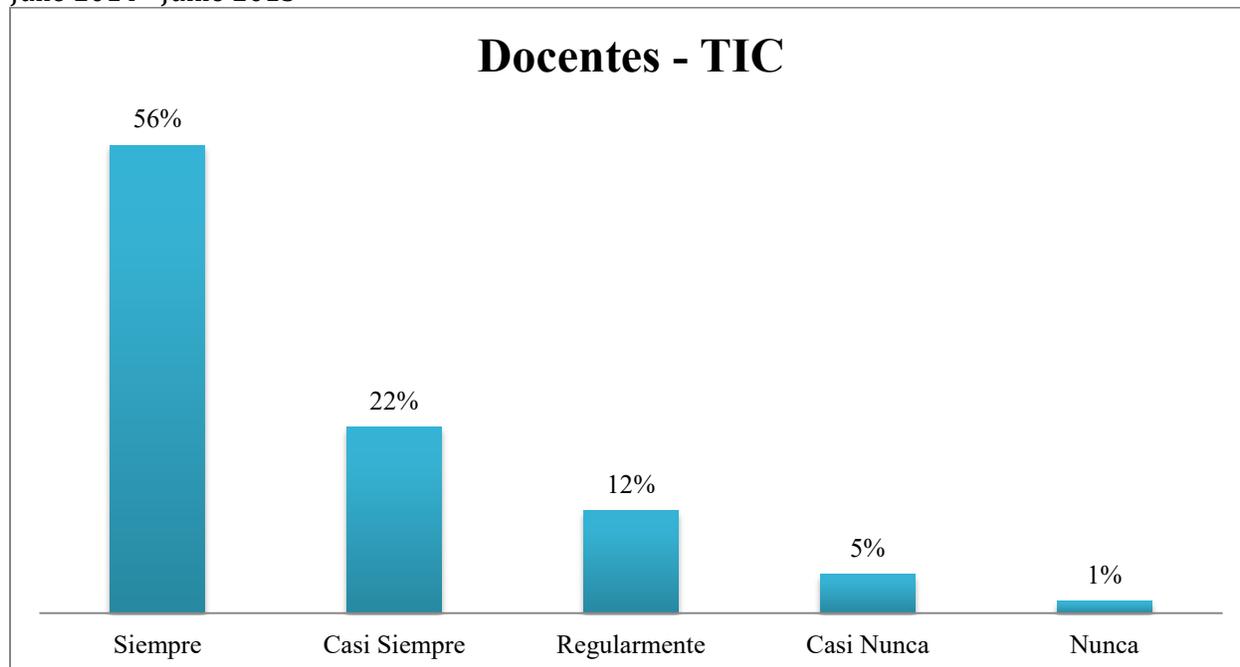
Figura 2. ¿El docente utiliza el correo electrónico como medio de actividades académicas?



Fuente: Elaboración propia, en base a la recolección de datos entre los estudiantes de Noveno Semestre de la FACPYA – UANL.

En la Figura 2. El 46% de los encuestados afirman que *siempre* los Catedráticos utilizan el correo electrónico para las actividades académicas de clase. El 29% de los estudiantes mencionan que *casi siempre* los Docentes utilizan el correo electrónico como medio de realizar actividades académicas fuera del aula, el 12% señalan que *regularmente* los Profesores utilizan en sus actividades académicas el correo electrónico, el 9% indica que *casi nunca* los Maestros usan el correo electrónico como instrumento de comunicación en las actividades académicas ante el grupo y el 3% de los alumnos a percepción dicen que *nunca* los Docentes utilizan el correo electrónico para sus actividades académicas.

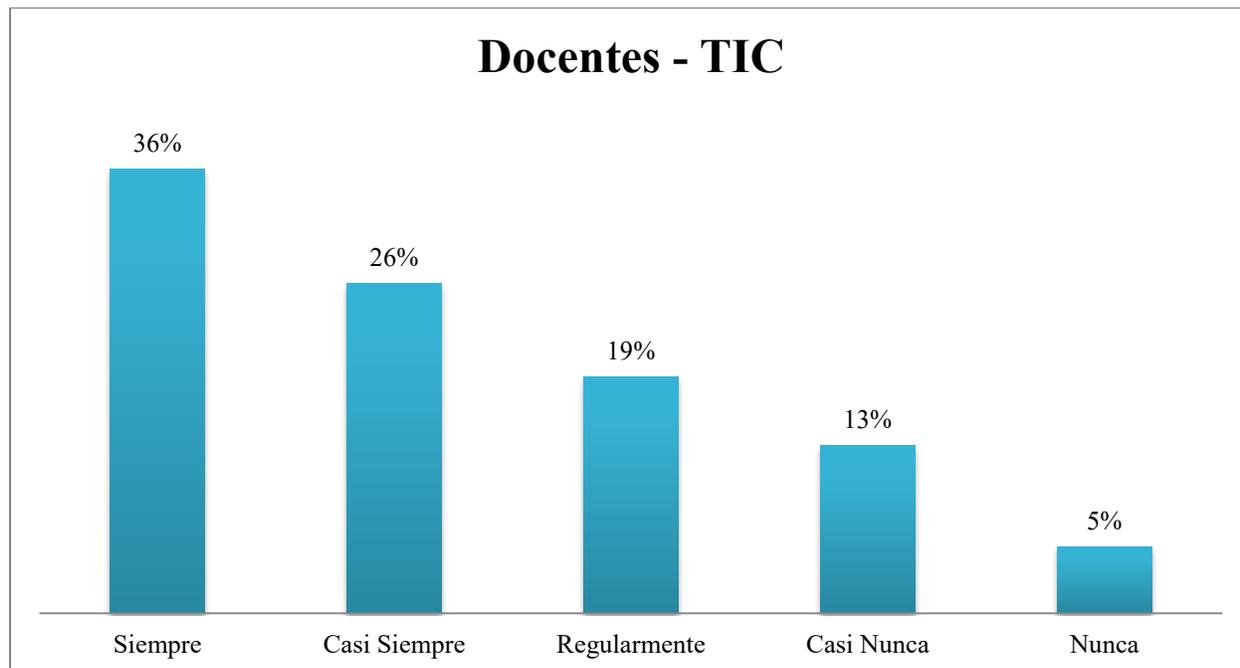
Figura 3. ¿El docente utiliza internet en el aula, como apoyo de clase?



Fuente: *Elaboración propia, en base a la recolección de datos entre los estudiantes de Noveno Semestre de la FACPYA – UANL.*

La Figura 3. Señala desde la perspectiva estudiantil el 56% de los docentes *siempre* utiliza el internet como apoyo en el salón de clase, el 22% *casi siempre* utiliza el internet como herramienta de soporte áulico, el 12% *regularmente* lo utiliza, el 5% *casi nunca* lo utiliza como apoyo en clase y el 1% *nunca* lo ha utilizado como herramienta de soporte pedagógico.

Figura 4. ¿El docente utiliza las TIC para impartir su clase?



Fuente: Elaboración propia, en base a la recolección de datos entre los estudiantes de Noveno Semestre de la FACPYA – UANL.

En la Figura 4. Refleja los resultados sobre la consulta a los estudiantes, la más interesante, es sí los docentes en el aula de clases, al momento de mostrar la correlación de su expertise con la teoría, fundamenta el proceso de enseñanza - aprendizaje utilizando las TIC, desde la perspectiva de los encuestados, el 36% contestó que siempre los Docentes al momento de impartir la cátedra utiliza las TIC como herramienta, el 26% señala que casi siempre los Profesores utilizan las TIC al cumplir en el aula las unidades de aprendizaje, el 19% desde su percepción menciona que regularmente los Maestros lo aplican en el salón de clases y el 13% indica que casi nunca los Catedráticos utilizan las TIC en el espacio áulico y el 5% contestó que nunca los Docentes utilizan las TIC, en el proceso enseñanza – aprendizaje.

5. Conclusiones

El análisis de los resultados, aportan información que avalan el desempeño de los Docentes en la utilización de los recursos de la Tecnología de la Información y de la Comunicación dentro del espacio áulico, la investigación cualitativa contribuye desde la perspectiva estudiantil a la evaluación y genera hallazgos con áreas de oportunidad para la mejora en la calidad educativa que le corresponde al Profesor, sin dejar de ver la Santa Trinidad Educativa en su todo, como lo es la Administración Educativa y los Estudiantes. Las TIC son una herramienta poderosa a disposición de la educación, solo falta equilibrar la aplicación a través de la capacitación adecuada y enfocada en la Educación Superior, para formar profesionales, no profesionistas, para el sector productivo de nuestro país y contribuir al desarrollo sustentable y responsable de la sociedad.

En foros posteriores se compartirá el avance y nuevos hallazgos con la comunidad académica.

6. Bibliografía

Araiza Vázquez, M.(2011). Una Mirada Crítica a la Formación Docente en la Integración de las Tecnologías y la Comunicación en el Proceso de Enseñanza. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 6(2) 241 – 252. Octubre 2011. ISSN 1870 – 557X, pág. 242.

Araiza Romero, L., Gómez Ochoa, E., Velázquez Pérez, F., Araiza Zapata, P.(2012). Análisis del uso de las tecnologías de información y comunicación (tic) actuales para el desarrollo académico de los estudiantes de la facultad de contaduría y administración de la uach en el 2010. *Primer Congreso Internacional de Educación*. 655 – 668. Fecha de Consulta: 21 de Marzo 2015. a2p14TIC'S.pdf.

Delors, J.(1997). La Educación encierra un tesoro. Francia. DOWER – UNESCO.

Lozano, A.(2010). Reseña de “Las cinco mentes del futuro” de Gardner, Howard. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 15(2) 431 – 432. Fecha de Consulta 31 de Marzo 2014, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29215980015.pdf>.

Opazo Correa, V.(2005). Los PDA en Educación y su Utilización en el Aprendizaje de la Geometría. *Horizontes Educativos*. (10) 85 – 93. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97917573009>.

UNESCO (2008). Estándares de Competencia en TIC para Docentes. UK. UNESCO.

UNESCO (2005). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Enseñanza. Francia. UNESCO.

UNESCO (2004). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la formación docente, guía de planificación. Francia. UNESCO.



USO E INTERÉS DE LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0, POR LOS DOCENTES, UN CAMBIO DE LA EDUCACIÓN

MAE. Claudia Ivonne Niño Rodríguez

La paloma # 343, Col. Hacienda del Roble, San Nicolás de los Garza, N.L.

Facultad de Contaduría Pública y Administración. UANL

clau_nino@live.com.mx

Mexicana

MAE. Celia Irma Villanueva Chi

Tenancingo # 397, Col. Mitras Centro, Monterrey, N.L.

Facultad de Contaduría Pública y Administración. UANL

celiairma@hotmail.com

Mexicana

Dra. Mayra Elizabeth Brosig Rodríguez

Del Rio # 121, Fraccionamiento Puerta del Norte, Escobedo, N.L.

Facultad de Contaduría Pública y Administración. UANL

dra.elizabethbrosig@hotmail.com

Mexicana

Lic. Cynthia Lizbeth Brosig Rodríguez

Del Rio # 121, Fraccionamiento Puerta del Norte, Escobedo, N.L.

Facultad de Contaduría Pública y Administración. UANL

cynthiabrosig@hotmail.com

Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 17/Junio/2015

RESUMEN

Las Tecnologías de Información y Comunicación mejor conocidas como TIC, son herramientas fundamentales en las diferentes actividades personales y profesionales que realiza el docente en el mundo globalizado.

Los docentes de hoy en día, dan la bienvenida, al advenimiento del paradigma centrado en el aprendizaje de los estudiantes, llevando de esta manera, a asumir la función de facilitadores. Utilizando para la construcción del conocimiento, herramientas tecnológicas, siendo la multimedia indispensable para su aplicación. Es inevitable eludir este cambio, por que existe una brecha digital entre los maestros y sus estudiantes, y los docentes se enfrentan al reto de adquirir capacitación, dejando a un lado la inercia y la tradición, a la modalidad de impartir su cátedra. Viéndose obligados a estar a la vanguardia, al adquirir la habilidad y destreza para el manejo apropiado de las TIC, como herramientas de trabajo; pero la tarea del docente no termina ahí, tendrá que aplicar dentro de las TIC, las Tecnologías del Aprendizaje y Conocimiento (TAC), proporcionando estas últimas la parte pedagógica.

Palabras clave: Aprendizaje, Conocimiento, Docente, Herramientas web 2.0,Paradigma, TAC, TIC.

INTRODUCCION

Debido a la globalización que se vive en el siglo XXI, el ser humano esta en constante evolución, cada día los avances tecnológicos satisfacen necesidades básicas, nos dan bienestar, facilitan los medios de comunicación y otras ciertas comodidades que anteriormente carecíamos, es tanta la demanda tecnológica de los jóvenes de hoy, futuros líderes del mañana, que el sistema educativo se ha visto en la necesidad de hacer cambios en los modelos educativos de la enseñanza –aprendizaje, ante el reto de acercar a los docentes a la tecnología y cambiar sus paradigmas sobre las nuevas estrategias para lograr un aprendizaje significativo; nos referimos a tecnología como las Tecnologías de Información y Comunicación mejor conocidas como TIC, que hoy en día es una realidad latante su imperante incorporación a los centros educativos e instituciones de nivel superior.

Cabrero (2007) menciona, en la actualidad los escenarios educativos han cambiado de forma radical como no lo habían hecho en años anteriores. Los alumnos han cambiado, los contenidos y las metodologías se han visto transformados progresivamente en torno a conseguir un alumno más activo. La Sociedad de la Información ha traído la incorporación masiva de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a todos los sectores sociales, desde los económicos, hasta los culturales y por supuesto en el educativo. (Cabrero, 2007)

Siguiendo a Cabrero (2007):

Identificamos como tecnologías de la información y la comunicación (TIC) las siguientes: video interactivo, videotexto y teletexto, televisión por satélite y cable, videoconferencia, sistemas expertos, correo electrónico, telemática, realidad virtual.

Pregunta de investigación

¿Qué herramientas web 2.0 utiliza los docentes del Área de Contabilidad de una Universidad pública del Estado de Nuevo León, como medio generar, desarrollar y transmitir conocimiento y para uso personal?

¿Cuáles de las herramientas web 2.0 utiliza con un mayor grado de interés el docente?

Justificación y planteamiento del problema

Debido al mundo globalizado en que vivimos, la tecnología se encuentra implícita en casi todas las actividades de nuestra vida; es imperante que el docente se encuentre en constante capacitación, adquiera destrezas y habilidades para identificar y aplicar correctamente las TIC, siendo útiles, tanto para sus actividades en el ámbito laboral como personales.

Se decidió realizar esta investigación considerando la importancia del uso de la tecnología web 2.0 como herramienta de aprendizaje, y de las ventajas que genera como herramienta educativa, facilitando tiempos y espacios.

Otro de los aspectos por el cual se considero justificable el presente estudio, es la diversidad de herramientas que se encuentran a través del uso de la multimedia, y nos dirigiremos en especial a una parte de este universo de aplicaciones: a la Web 2.0, que es aprovechada especialmente por usuarios no expertos y que brinda programas, o aplicativos informáticos con una determinada funcionalidad.

Objetivo

Identificar que herramientas web 2.0 utiliza el maestro como medio para generar, desarrollar y transmitir conocimientos, y su grado de interés en el uso de dichas herramientas, sin olvidar que el éxito de estas se logra a través del uso apropiado y correcto de las TAC, para lograr el aprendizaje significativo del estudiante.

Y como objetivo secundario, identificar cuáles de las herramientas web 2.0 utiliza en su uso personal, así como su grado de interés.

Hipótesis

Hipótesis nula 1: Los docentes no utilizan las Web 2.0 tanto para uso personal como en el trabajo

Hipótesis alterna 1: Los docentes utilizan las herramientas web 2.0 tanto para uso personal como en el trabajo

Hipótesis nula 2: Los docentes no tienen una mayor preferencia de uso por las herramientas de comunicación

Hipótesis alterna 2: Los docentes tienen una mayor preferencia de uso por las herramientas de comunicación

MARCO TEORICO

Daniel (2003) menciona, la tecnología es una forma de conocimiento organizado a tareas prácticas por organizaciones compuestas de personas y máquinas.

Izquierdo y Pardo (2005) mencionan lo siguiente:

“Las llamadas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), han ido ocupando un lugar cada vez más relevante en la actualidad. Estas tecnologías constituyen un conjunto de recursos tecnológicos que convenientemente asociados, permiten el adecuado registro, tratamiento, transformación, almacenamiento,

utilización, presentación y circulación de la información y cuyo paradigma son las redes informáticas, posibilitando múltiples aplicaciones: correo electrónico, charlas electrónicas, teleconferencias, bibliotecas virtuales, entre tantas otras. (p.84)”

Debido a la brecha digital entre los maestros y los estudiantes, la enseñanza no puede quedarse al margen de los avances tecnológicos, dado que es un recurso que ayuda al profesor en su actividad docente investigadora. Para conseguir, en mayor medida, el logro de dichas potencialidades es necesario formar al profesor en los siguientes aspectos: Conocimiento de las nuevas TIC, formación a través de internet, entornos de aprendizaje virtual, recursos para la comunicación: pizarras interactivas, ordenadores y cañones, foros, agenda y calendario, correo electrónico, diseño de los conceptos educativos y de los materiales didácticos, tutorización virtual, metodologías enfocadas a trabajos grupales en red, recursos y formatos telemáticos; webgrafía, buscadores, videoconferencias, audio conferencias, demostraciones, etc.

Para Izquierdo y Pardo (2005) el estudiante no será más el receptor pasivo de un conocimiento que se le entrega para que se lo aprenda y luego lo repita, no será más un actor pasivo de su aprendizaje sino un gestor de éste. Apoyado en la tecnología, busca información y desarrolla su juicio crítico y su iniciativa de aprender continuamente todo aquello que sea esencial durante el proceso para cumplir con las intenciones formativas, desarrolla su autoaprendizaje. De ahí que los estudiantes asuman el rol de: constructores y gestores de su propio aprendizaje, investigadores autónomos, colaboradores.

El profesor pasa de ser una fuente de información unidireccional, a un facilitador para generar aprendizaje significativo en los estudiantes. Pasa de proveedor del

conocimiento, a ejercer un rol de guía, orientador, asesor, tutor, motivador y consultor del aprendizaje de los estudiantes. De esta forma, el profesor adquiere nuevas prioridades, responsabilidades y funciones de mayor complejidad pedagógica. **Tecnologías Web 2.0**

Wikipedia, YouTube, Flickr, WordPress, Blogger, MySpace, Facebook, OhMyNews; por citar unos ejemplos, son aplicaciones que popularizaron este fenómeno tecno-social, y cada día se van sumando más productos y posibilidades de las cuáles el usuario definirá cuál es el que mejor se adapta o no a sus necesidades.

MÉTODO

El estudio es una investigación cualitativa y cuantitativa de tipo exploratorio y descriptivo, realizado a los maestros del área de contabilidad de una Universidad Pública del Estado de Nuevo León.

Es cualitativa por cuanto trata de entender el fenómeno de la web 2.0 y la educación, y es cuantitativa por que los datos recolectados fueron cuantificados.

VARIABLES

Las variables de esta investigación son las siguientes:

Edad: establecida en 5 grupos: <25, 25-35, 36-46, 47- 57, >57

Género: femenino, masculino.

Tipo de uso: el objetivo de esta variable es identificar el tipo de uso de la herramienta en las diferentes actividades del usuario: uso personal, uso en el trabajo.

Interés en la herramienta: el objetivo de esta variable es identificar el grado de interés que existe por parte del usuario para las herramientas web 2.0 propuestas.

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

Se definieron 5 rangos de interés: 1: no es interesante 2: poco interesante 3: tiene un interés medio 4: bastante interesante 5: muy interesante

Instrumento de medición

Se aplicó un cuestionario CUWEB 2.0 , a 42 docentes del área de contabilidad de una población de 50 en el semestre Enero – Junio del 2015 del Estado de Nuevo León, que permite identificar las preferencias de uso de las herramientas web 2.0, se tomaron las 16 herramientas más significativas. Para el instrumento que fue validado previamente por su autor, se obtuvo un análisis de confiabilidad del mismo con un coeficiente alfa de Cronbach, en este caso con valor de: 0.838 por tanto es un valor aceptable.

Este cuestionario fue retomado de la investigación Web 2.0, estilos de aprendizaje y sus implicaciones en la educación de Karina Lorena Cela, Tesis presentada al programa Europeo Erasmus Mundus- Euromime, Julio 2008 Madrid. Obtenido de:

http://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1279051434740_1589804271_34717/web2.0%20estilos%20de%20aprendizaje.pdf

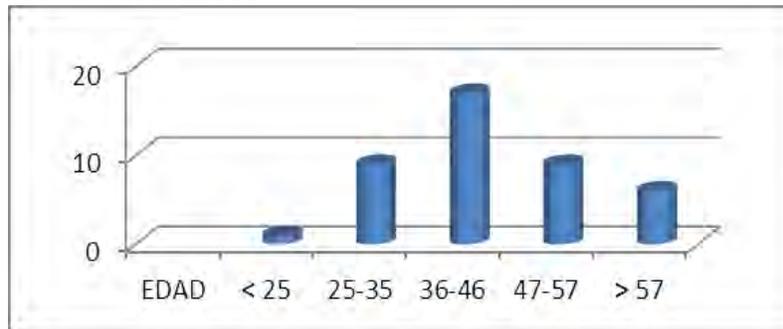
RESULTADOS

Tabla 1. Edad y género

EDAD Y GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS				
	EDAD	TOTAL	FEMENINO	MASCULINO
1	< 25	1	1	0
2	25-35	9	5	4
3	36-46	17	15	2
4	47-57	9	4	5
5	> 57	6	1	5
TOTAL		42	26	16

Fuente: Elaboración propia

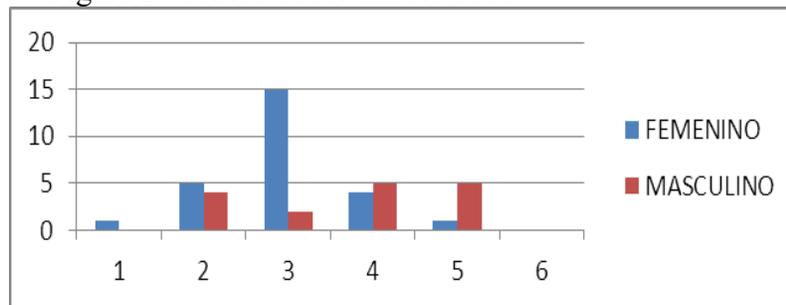
Figura 1: Edad de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

El rango de edad predominante en la muestra fue entre 36-46 el cual representa el 40 % del total, siguiendo con el rango de 25-35 y 47-57 los cuales tienen un porcentaje del 21%.

Figura 2: Género de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

Se observa que la población femenina predomina en un 62%, mientras que la población masculina representa el 38 %, esto podría suponerse como un uso mayor de la tecnología por parte de las mujeres debido a sus actividades profesionales o personales.

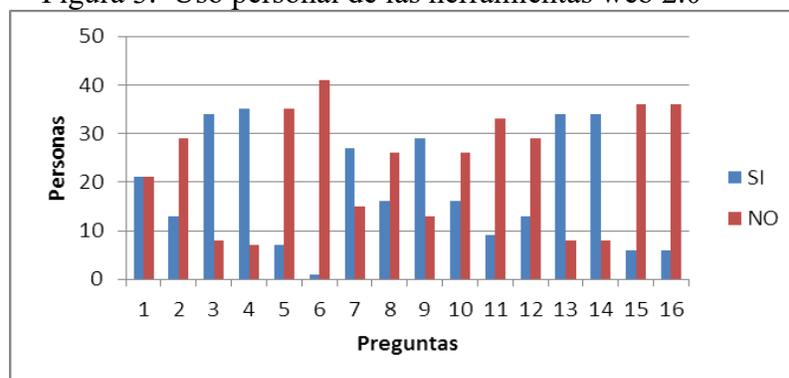
Tabla 2. Uso de las Herramientas web 2.0

USO DE LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0	USO PERSONAL		% DE U.P.	USO EN EL TRABAJO		% DE U.T.
	SI	NO		SI	NO	
PREGUNTA						
1. Calendarios.	21	21	50%	21	21	50%

2. Audio.	13	29	31%	12	30	29%
3. Video.	34	8	81%	29	13	69%
4. Comunicación.	35	7	83%	33	9	79%
5. Organizador de proyectos.	7	35	17%	12	30	29%
6. Folksonomía, marcadores sociales.	1	41	2%	1	41	2%
7. Buscadores personalizados .	27	15	64%	29	13	69%
8. Blogs.	16	26	38%	13	29	31%
9. Wikis.	29	13	69%	29	13	69%
10. Imagen, fotografía.	16	26	38%	9	33	21%
11. Representación del conocimiento.	9	33	21%	6	36	14%
12. Ofimática y documentos.	13	29	31%	15	27	36%
13. Redes Sociales.	34	8	81%	16	26	38%
14. Aplicaciones sobre mapas.	34	8	81%	21	21	50%
15. Lectores RSS y servicios relacionados.	6	36	14%	5	37	12%
16 Sistemas de gestión del conocimiento.	6	36	14%	5	37	12%

Fuente: Elaboración propia

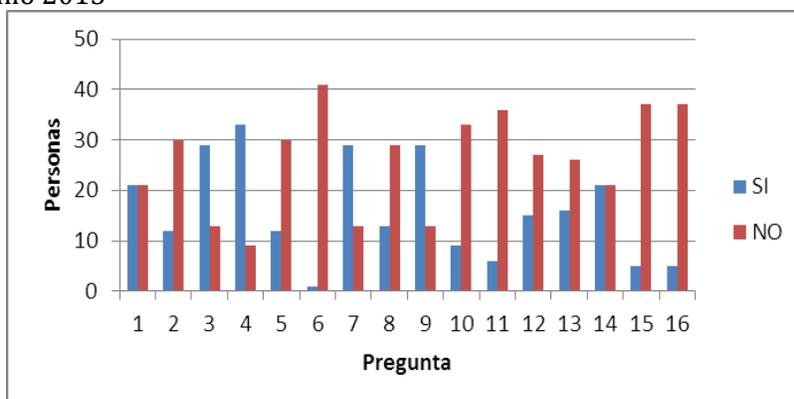
Figura 3. Uso personal de las herramientas web 2.0



Fuente: Elaboración propia

Se observa que en el uso personal de las herramientas web 2.0 tienen mayor aplicación las de comunicación, con un 83 %, video, 81%, redes sociales 81% y mapas con 81 %. Wikis 69 %, buscadores personales 64%, calendarios 50% y teniendo como contraste en su poca aplicación los marcadores sociales con un 2%, lectores RSS, y sistemas de gestión del conocimiento con un 14%.

Figura 4. Uso en el trabajo de las herramientas web 2.0



Fuente: Elaboración propia

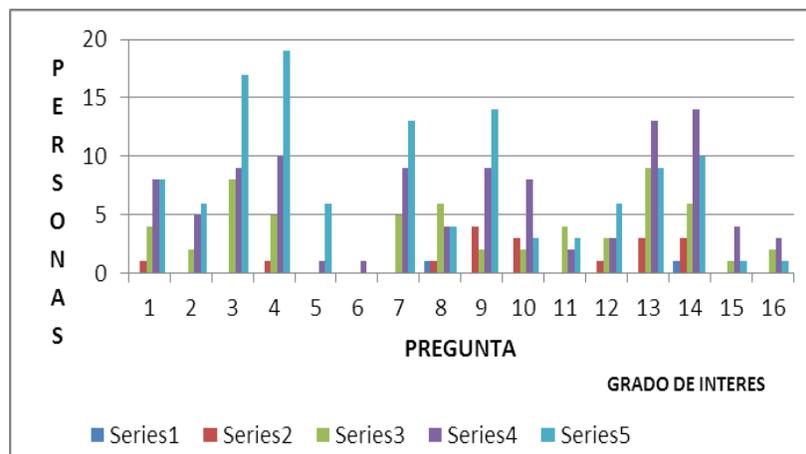
Se observa que en el uso en el trabajo las herramientas web 2.0 tienen mayor aplicación las de comunicación, con un 79 %, video 69%, buscadores personalizados 69 % , Wikis 69 %, calendarios y aplicaciones sobre mapas con un 50%, y teniendo como contraste en su poca aplicación los marcadores sociales con un 2%,lectores RSS, y sistemas de gestión del conocimiento con un 12%.

Tabla 3. Interés de las herramientas web 2.0 para uso personal

USO DE LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0 PREGUNTA	USO PERSONAL		GRADO DE INTERES				
	SI		1	2	3	4	5
1. Calendarios.	21		0	1	4	8	8
2. Audio.	13		0	0	2	5	6
3. Video.	34		0	0	8	9	17
4. Comunicación.	35		0	1	5	10	19
5. Organizador de proyectos.	7		0	0	0	1	6
6. Folksonomía, marcadores sociales.	1		0	0	0	1	0
7. Buscadores personalizados	27		0	0	5	9	13
8. Blogs.	16		1	1	6	4	4
9. Wikis.	29		0	4	2	9	14
10. Imagen	16		0	3	2	8	3
11. Representación del conocimiento.	9		0	0	4	2	3
12. Ofimática y documentos.	13		0	1	3	3	6
13. Redes Sociales.	34		0	3	9	13	9
14. Aplicaciones sobre mapas.	34		1	3	6	14	10
15. Lectores RSS y servicios relacionados.	6		0	0	1	4	1
16 Sistemas de gestión del conocimiento.	6		0	0	2	3	1

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Grado de interés en el uso personal de las herramientas web 2.0



Fuente: Elaboración propia

Esta figura muestra el grado de interés en el uso personal de las herramientas web 2.0, como es notable la herramienta de comunicación, video, buscadores y Wikis se encuentran en la categoría de muy interesante, y bastante interesante siendo las de mayor porcentaje, lo que significa que los docentes las utilizan con mayor aceptación.

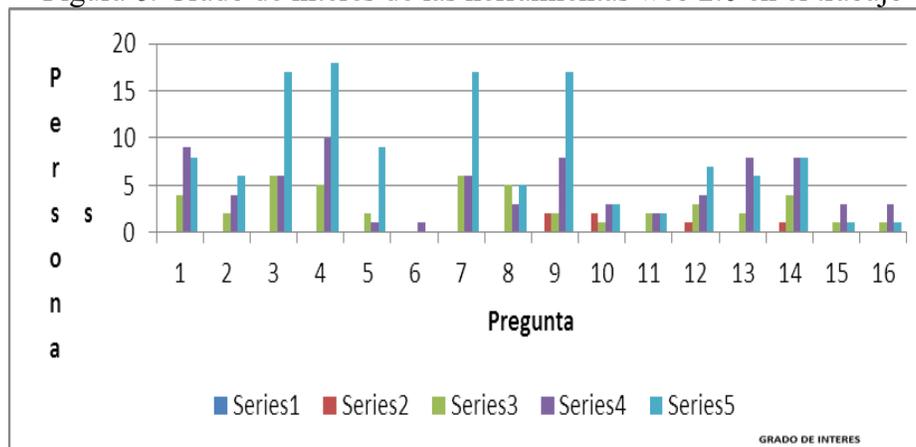
Y mostrando nada o poco de interés en uso personal herramientas como marcadores sociales, sistemas de gestión de conocimiento, lectores RSS, organizador de proyectos, representación del conocimiento, por mencionar algunas.

Tabla 4. Uso de las Herramientas web 2.0 en el Trabajo

USO DE LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0	USO EN EL TRABAJO	GRADO DE INTERES					
		SI	1	2	3	4	5
PREGUNTA							
1. Calendarios.	21	0	0	4	9	8	
2. Audio.	12	0	0	2	4	6	
3. Video.	29	0	0	6	6	17	
4. Comunicación.	33	0	0	5	10	18	
5. Organizador de proyectos.	12	0	0	2	1	9	
6. Folksonomía, marcadores sociales.	1	0	0	0	1	0	
7. Buscadores personalizados	29	0	0	6	6	17	
8. Blogs.	13	0	0	5	3	5	
9. Wikis.	29	0	2	2	8	17	
10. Imagen, fotografía. .	9	0	2	1	3	3	
11. Representación del conocimiento.	6	0	0	2	2	2	
12. Ofimática y documentos.	15	0	1	3	4	7	
13. Redes Sociales.	16	0	0	2	8	6	
14. Aplicaciones sobre mapas. .	21	0	1	4	8	8	
15. Lectores RSS y servicios relacionados.	5	0	0	1	3	1	
16 Sistemas de gestión del conocimiento.	5	0	0	1	3	1	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Grado de interés de las herramientas web 2.0 en el trabajo



Fuente: Elaboración propia

Se muestra también herramientas de Interés medio como comunicaciones, Wikis y aplicaciones sobre mapas. Y mostrando poco de interés en uso por herramientas como

Contraste de la hipótesis

Para el análisis de la hipótesis 1: “Los docentes utilizan las herramientas web 2.0 para uso personal y en el trabajo” se toma como referencia los datos mostrados en la Tabla 2. Uso de las Herramientas web 2.0 en la que se detalla el uso de las herramientas tanto para aplicaciones de manera personal como en el trabajo. Por lo que se acepta la hipótesis Altern1.

Para el análisis de la hipótesis 2: “Existe una mayor preferencia de uso por las herramientas de comunicación”. Esto sugiere que este tipo de aplicativos tienen un gran nivel de aceptación porque permite la interconexión de múltiples usuarios en forma sincrónica, con posibilidades de audio y/o video conferencia a bajo costo. Por lo que se acepta la hipótesis Altern2.

CONCLUSIONES

La aplicación del instrumento de uso de las TIC permitió valorar gran importancia que dan los usuarios a determinadas herramientas. En el desarrollo de esta investigación se constató la diversidad de herramientas disponibles en el web. Además se logró identificar que la mayoría de herramientas son utilizadas tanto para actividades personales como profesionales.

Otro aspecto importante a resaltar, es que el avance tecnológico lleva consigo implicaciones a todo ámbito, especialmente a nivel educativo, debido a la brecha digital entre los maestros y sus estudiantes, ante el reto de acercar a los docentes a la tecnología y cambiar sus paradigmas sobre las nuevas estrategias de aprendizaje, esto hace que el docente esté sujeto a una constante capacitación.

REFERENCIAS

- Cabero ,J., Castaño, C., & Romero, R. (2007). *Diseño y producción de TIC para la formación*. Barcelona: UOC.
- Cela, Karina L.(2008). Web2.0, estilos de aprendizaje y sus implicaciones en la educación,(Tesis Master). Erasmus Mundus- Euromine- España, Portugal y Francia.
- Cobo, C., & Pardo, H. (2007). *Planeta web 2.0 Inteligencia colectiva o medios de fastfood*. Barcelona,;Grup de Recerca d' InteraccionsDigitals.
- Coll,C.,Monereo,C.(2008).*Psicología de la educación virtual: aprender y enseñar con las tecnologías*. Madrid: Morata.
- Daniel, J. (2003). *Educação e tecnologia num mundo globalizado*, Brasilia: UNESCO.
- Martín, S., García, E., Masa, C. & Villarreal, N. (2012). Los nuevos modelos de aprendizaje basados en tecnologías de información y comunicación en los grados de administración y dirección de empresas y su aplicación en la universidad CEU San Pablo. *Vivat Academia*, 629.
- O'Reilly,T. (2005) What Is Web 2.0,Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, Consult ado : 15 Junio 2014.
[<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>]
- Pardo, M. & Izquierdo, J. (2005). La Dinámica del proceso docente educativo en la educación superior, con el empleo de las tecnologías de la información y las comunicaciones. *RevistaPedagogíaUniversitaria*, X (5), 83-96.
- UNESCO, (2008). ICT competency for teachers, by the United Nations educational, Scientific and Cultural Organization.



USO Y CREACIÓN DE VIDEOS Y BLOGS EN NIVEL SUPERIOR

Laura Alicia Hernández Moreno

laura.hernandezmr@uanl.edu.mx

María Teresa Tovar Morales

maria.tovarmrl@uanl.edu.mx

María de Lourdes Hernández Saldaña

lourdes_facpya@hotmail.com

Juan Gabriel López Solórzano

juan.lopezsr@uanl.edu.mx

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 20/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 22/Mayo/2015

Resumen

El presente artículo describe un trabajo colaborativo entre estudiantes y maestros de nivel superior, se presenta el uso y creación de videos y blogs como un recurso educativo en apoyo al proceso enseñanza-aprendizaje, siguiendo una serie de especificaciones para obtener un producto de buena calidad. Lo anterior teniendo como finalidad el poder definir una estrategia de trabajo que permita diseñar, desarrollar e implementar repositorios de videos educativos a los que puedan tener acceso el público en general a través de un canal público y por los estudiantes de la facultad en estudio a través del uso de una herramienta móvil. Debido a que se debe involucrar una gran cantidad de maestros y estudiantes por la magnitud del proyecto a nivel facultad, se optó por analizar las competencias tecnológicas que poseen los estudiantes y maestros en cuanto al uso y creación de videos y blogs, para detectar fortalezas y debilidades.

Palabras clave: Aprendizaje, Blog, Recursos Educativos, Tendencias Tecnológicas, Video.

Introducción

Las tecnologías de información y comunicación, más conocidas en la actualidad como las TIC's, han revolucionado los diferentes sectores como lo son: laboral, salud, financiero, fiscal, comercial y de entretenimiento, por mencionar algunos; sin embargo, es el sector educativo uno de los ámbitos en los que mayor impacto ha representado su incorporación (Pedraza, 2013). Asimismo, menciona que “las tecnologías de información representan instrumentos de mediación cognitiva del aprendizaje, y lo más importante es el diseño y operación de actividades académicas que apliquen estos recursos tecnológico para la creación de ambientes educativos colaborativos y de aprendizaje significativo en los estudiantes” (p.9).

Lo que se pretende es diseñar nuevos ambientes de aprendizaje capaces de modificarse y cambiar junto con el acelerado proceso de cambio social y tecnológico contemporáneos. Es muy importante señalar que las TIC's amplían y enriquecen las posibilidades de la educación, más no sustituyen algunas de las formas tradicionales de aprendizaje; de modo que la finalidad es promover el autoaprendizaje y el desarrollo del pensamiento crítico y creativo. La importancia de estas acciones reside en las nuevas tendencias educativas dictadas por los miembros de las nuevas generaciones, lo cual podrá lograrse a través del trabajo cooperativo entre todos los actores del quehacer educativo.

Tobías (2015) considera que el uso de Internet permite la actualización de la información, la diseminación y su distribución virtualmente instantánea. Además, teniendo

en cuenta que cada vez son más reducidos los tiempos empleados por los estudiantes para aprender y que es necesario de un ritmo más acelerado que le proporcione el aprendizaje. Sugiere el uso de repositorios digitales que le permita al usuario el acceso a la información y poder compartirla.

Los Recursos Educativos Abiertos conocidos tanto por su sigla en español como REA, y también en el idioma inglés como OER (Open Educational Resource) han sido motivo de estudio para diversos autores; cabe aclarar que los profesores utilizan materiales didácticos que requieren para compartir los contenidos que han sido asignados en sus programas de estudio. De tal forma que el desarrollo de ejercicios y actividades propuestas en el aula se complementen con el uso de videos y blogs que se adecúen a los nuevos estilos de aprendizaje. Pinto (2012) señala que la tendencia a compartir y a crear recursos abiertos y accesibles se ha incrementado y por ende los nuevos escenarios educativos propician una demanda creciente de este tipo de recursos abiertos, modulares, flexibles, adaptables y de calidad en todos los niveles y áreas de la enseñanza.

Dado el auge en el empleo de los REA en el área de enseñanza universitaria y considerando estos materiales educativos como innovadores en la práctica docente, la presente investigación tiene como finalidad identificar el grado o nivel de uso y elaboración de videos y blogs por parte de estudiantes y maestros en FACPyA.

Todo el potencial y los desafíos para la conjunción de esfuerzos académicos que se han señalado anteriormente conducen al planteamiento de los objetivos que se persiguen en este proyecto de investigación:

- 1) Mostrar a través de una breve revisión documental la relevancia del uso de videos y blogs en el proceso enseñanza-aprendizaje de las nuevas generaciones de estudiantes,

considerando las nuevas tendencias tecnológicas que de manera impetuosa han dominado la comunicación mediática.

- 2) Identificar el grado en el que un grupo de alumnos y maestros de la carrera de la Licenciatura en Tecnologías de la información (LTI) de la Facultad de Contaduría Pública y Administración (FACPyA), hacen uso de las herramientas tecnológicas a través de medios audiovisuales en el ámbito educativo.

La investigación es conveniente y viable, pues se indaga acerca de una temática actual y se dispone de los recursos para llevarla a cabo; también se cuenta con un acervo documental electrónico que permite describir cómo ha evolucionado la tecnología y su adaptación a la didáctica instruccional; además de las herramientas metodológicas como lo es el empleo de encuestas para ser aplicadas a una muestra tanto de alumnos como docentes. En ellas se les cuestiona si han utilizado y/o creado videos y blogs con fines educativos, por ello la investigación pretende mostrar la relevancia del uso de estas herramientas en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de una muestra de trabajo colaborativo.

Antecedentes

Debido a los cambios que requieren realizarse en prácticas docentes que obedecen a la inclusión de las TIC's, se ha incrementado el uso de recursos de apoyo como lo son los pizarrones inteligentes, material digitalizado, consulta de e-books que se encuentran al alcance de estudiantes y maestros; esto ha dado lugar al surgimiento de los REA.

El uso del video en el proceso de enseñanza- aprendizaje, presenta contenidos pertinentes, dada su capacidad expresiva. Por consiguiente, enseñar no debería ser un ejercicio exclusivo del maestro, también se puede realizar por medio de aprendizaje

colaborativo; teniendo en cuenta que el diseño de la enseñanza debe hacerlo alguien con las competencias pedagógicas y didácticas en la disciplina que se requiera para lograr la construcción de los aprendizajes, es decir, su uso sirve de apoyo al trabajo docente y refresca la dinámica de la clase (Peláez, 2013).

Por otro lado, la conectividad, multifuncionalidad y portabilidad de los dispositivos móviles favorecen que una amplia cantidad de personas los adopte como herramienta de trabajo. El acceso a una diversidad de formatos, así como la posibilidad de producir materiales multimedia en red por parte de profesores y alumnos, favorece el aprendizaje y adopción de competencias digitales básicas. Tal es el caso del uso creciente de blogs por parte de profesionales en donde comparten su experiencia en diversas áreas de conocimiento. Asimismo el gradual ascenso del empleo de videos como un instrumento de apoyo en la enseñanza en donde el conocimiento se puede llevar de un lugar a otro y el empleo progresivo y viral que están teniendo los Cursos masivos en línea mejor conocidos por su sigla en inglés MOOC en donde dos de sus elementos principales son páginas web o blogs y videos. La tendencia del uso de los MOOC es que la mayoría de las instituciones de educación superior tendrán que ofrecerlos en un lapso de entre cuatro a cinco años de acuerdo a Durall (2012) en su libro “Perspectivas tecnológicas: Educación Superior en Iberoamérica 2012-2017”; lo anterior obliga a que se analice cual es la situación actual que se tiene en cuanto al uso y creación de blogs y videos, los cuales son considerados como elementos vitales de los MOOC; el poder conocer las áreas de oportunidad y aplicar estrategias adecuadas para poder resolver las carencias que se tengan sobre estas competencias tecnológicas.

Uno de los beneficios del uso de blogs es que se realizan bajo seudónimo. No hay manera de identificar al autor de los comentarios contenidos en un blog a no ser que desee ser identificado. Los blogs permiten revelar información personal, externar opiniones sin temor a ser criticado, debido al anonimato. Cuando todos los alumnos de un aula tienen acceso a los blog personales de todos los demás, se consigue crear un ambiente de opinión sincera y hasta cierto punto terapéutico (Bohórquez, 2008). Por tanto, podemos considerar que este recurso permitirá una mayor intervención por parte de los estudiantes y se espera un enriquecimiento de ideas de acuerdo al tema de interés.

Innovando en la educación y trascendiendo en las tendencias tecnológicas en la educación para el futuro, la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)(2014) en el mes de noviembre del 2014 ha puesto en marcha una Plataforma Tecnológica llamada “Alere” en donde se puede acceder a cursos en línea de manera gratuita, a lo cual se señala:

"Estamos viviendo tiempos de gran cambio, las computadoras y teléfonos inteligentes así como tabletas conectadas a Internet las 24 horas están registrando un crecimiento constante en México y en el mundo” (párr. 1). “Esto significa que cada día más gente pueda recibir contenidos educativos a través de la red. En este contexto la Universidad Autónoma de Nuevo León, toma la iniciativa de aportar conocimiento a esta gran ventana que es la red mundial, para llegar a cada vez más personas y alcanzar nuestra visión 2020 en el renglón de responsabilidad social, internacionalización y la política del conocimiento abierto.” (párr. 2).

“Alere” es una plataforma abierta que ofrece contenidos de alta calidad informativa y visual a los usuarios de todo el mundo, con un enfoque inicialmente nacional. Los contenidos ofrecidos se presentan desde una perspectiva práctica y con aplicación

inmediata, planteados para la sociedad en general pero siendo especialmente útiles a la población concentrada en el nivel económico medio bajo, quienes cuentan con tecnologías de información y se conectan a internet, pero presentan rezagos educativos, los contenidos tienen una duración de entre 10 y 30 minutos efectivos, para no representar de este modo una demanda temporal en el usuario”(párr.7).

Actualmente, la plataforma Alere en su primera etapa, ofrece nueve cursos pero se considera que la riqueza de la Universidad es muy amplia y que paulatinamente los catedráticos que imparten las asignaturas se irán integrando hasta lograr tener una gran cantidad de cursos en línea que los cuales se prevén serán ofrecidos de manera abierta a la sociedad.

En lo que respecta a la Facultad de Contaduría Pública y Administración (FACPyA) de la UANL se cuenta con un proyecto que consiste en una herramienta móvil cuya finalidad es albergar todos los recursos e información que cualquier estudiante pueda requerir o bien sea necesaria para el fomento del proceso enseñanza-aprendizaje, es decir, constituye una herramienta pensada 100% en el estudiante. Dentro de los recursos que se tiene previsto sean contenidos en la herramienta, es el acceso a recursos educativos abiertos; como lo es el caso de los videos en su primera etapa, y poco a poco ir incorporando más recursos multimedia. Actualmente se cuenta con los videos de dos materias, cabe señalar que los creadores de dichos videos son los mismos estudiantes (en las páginas posteriores del presente estudio se aborda esta temática). Es por ello que el propósito del presente estudio es conocer si los estudiantes y maestros han utilizado, creado o bien interactuado con videos y blogs con la finalidad de definir estrategias de colaboración que nos permitan

desarrollar y emplear de una forma satisfactoria y en tiempo los recursos educativos, los cuales se prevé serán accesibles a través de la herramienta, de manera que los maestros e incluso los estudiantes de FACPyA contribuyan proactivamente en la plataforma “Alere”.

Metodología

Tipo de investigación determinado para el estudio es de tipo exploratorio-descriptivo, utilizándose como fuente primaria para la obtención de información dos encuestas: una aplicada a estudiantes y otra aplicada a maestros.

El enfoque que se ha señalado para la presente investigación es de tipo cualitativo y toma en cuenta dos objetos de estudio: los alumnos de LTI y los maestros. Una vez que éste se ha identificado, el siguiente paso consiste en visualizar el alcance del mismo (Hernández, 2003), la importancia de identificarlo radica en que dependiendo de ese alcance, es como se define la estrategia de la investigación. El alcance de este trabajo es de tipo exploratorio-descriptivo; exploratorio ya que se caracteriza por ser más flexible en su metodología y el descriptivo ya que integra mediciones o información de conceptos o variables (aunque su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstos). En el caso particular de este estudio se medirán conceptos ya que no se establece hipótesis de trabajo.

La encuesta aplicada a los estudiantes se compone de 16 preguntas: 8 dicotómicas y 8 de tipo escala de Likert de 4 puntos. Las preguntas se clasificaron principalmente en tres tópicos: Una sección enfocada a videos, otra enfocada a blogs y una más enfocada a la

interacción que el estudiante ha tenido con otras herramientas tecnológicas. El instrumento se aplicó a 3 grupos de tercer semestre de la carrera de Licenciatura en Tecnologías de la Información en el periodo Enero - Junio de 2014, siendo un total de sesenta y nueve estudiantes los que contestaron la encuesta. Dos grupos correspondían a la materia de Base de Datos II y uno a la materia de Matemáticas Financieras. La razón por la cual se consideró la inclusión de dicha muestra fue por dos consideraciones: la carrera en la que estudian, por lo cual pudieran tener más conocimientos de Videos y blogs y por haber detectado (en un estudio previo) que el porcentaje más alto de estudiantes reprobados en dicha carrera (de acuerdo a los registros con los que se cuenta) corresponden al tercer semestre; de modo que a través de esta encuesta se pretende identificar el grado de interacción con los recursos en estudio. En el mismo periodo en que se aplicó la encuesta se solicitó a los estudiantes la realización de un Producto Integrador del Aprendizaje (mejor conocido en el programa por competencias como PIA) o proyecto final, la creación de un video de alguno de los contenidos del programa analítico de la unidad de aprendizaje, para lo cual se siguieron ciertos lineamientos que fueron definidos por los maestros solicitantes. Se solicitó la realización de dicha actividad con la finalidad de contar con una referencia cualitativa respecto a la encuesta aplicada al inicio de semestre. Al finalizar el PIA se aplicó un instrumento más para recabar información que permitiera obtener detalles que se hayan presentado durante el desarrollo de dicha actividad final y los cuales serán abordados próximamente en este documento.

La encuesta aplicada a maestros consta de 16 preguntas: 14 de formato cerrado de las cuales 9 son dicotómicas y 5 de tipo escala de Likert de 5 puntos ; y 2 de formato abierto. Las preguntas se clasificaron al igual que la encuesta de los estudiantes en tres

tópicos: Una sección enfocada a videos, otra enfocada a blogs y una más enfocada a la interacción que el maestro ha tenido con otras herramientas tecnológicas. El instrumento se aplicó a 82 maestros tutores que participaron en el programa de tutorías de FACPyA en el periodo Agosto-Diciembre de 2014; la razón de considerar a esta muestra es debido a que se considera que dicha acción tutorial conlleva a más interés y disposición de trabajo en los proyectos o procesos que apliquen en apoyo a los estudiantes.

Para la tabulación de los datos y el análisis de los resultados se utilizó el paquete estadístico Statistical Package for the Social Science (SPSS).

Resultados

Estudiantes

A continuación se presentan los resultados obtenidos en forma secuencial, es decir, se inicia con los resultados y análisis del primer instrumento y se finaliza con el segundo instrumento.

- Del primer instrumento aplicado se obtuvo que el 80% son hombres y el 20% son mujeres; de los cuales un 65% cuenta con una edad entre 18 y 20 años.

Tomar un video y crear un video no es lo mismo, ya que con el uso de los dispositivos móviles es fácil el poder tomar videos utilizando la cámara que viene integrada, pero crear un video implica el uso de herramientas tecnológicas con las cuales se le dará formato y diseño al video aplicando diversos elementos tales como: imágenes, fotografías, animaciones, diapositivas, interacción humana, otros videos, entre otros. Se considera pertinente realizar esta aclaración, y para la siguiente pregunta.

- ¿Has creado algún video como medio de apoyo educativo?, se tomó en cuenta el simple hecho de haber llegado a tomar un video como medio de apoyo educativo. En dicha pregunta un 77% de los estudiantes manifiesta no haber creado un video como medio de apoyo educativo.
- En la pregunta: ¿Has creado algún video que NO sea de carácter educativo?, esta pregunta (al igual que la aclaración anterior, se consideró desde el simple hecho de haber llegado a tomar un video). Se observa en la tabla que un 50.7% indicó no haber creado algún video que no sea de carácter educativo.
- Para la pregunta: ¿Con que frecuencia haces usos de videos como apoyo en tus estudios? el 49.3% se obtiene de los primeros dos puntos de la escala de Likert (Muy frecuentemente y frecuentemente).

Tomando en cuenta la frecuencia con la que los estudiantes han señalado de hacer uso de videos como apoyo, se aprecia la importancia que tiene el que puedan contar con una referencia visual como apoyo en sus clases y qué mejor si dicha la referencia el video que ya se encuentra integrado como parte de sus recursos educativos que el maestro presente a su disposición.

Asimismo se aclara que el uso de los videos y blogs puede depender del maestro que imparte la clase, el contenido de la materia, la metodología de enseñanza-aprendizaje que se esté siguiendo, de la infraestructura del estudiante, de la infraestructura de la institución y de la disposición e interés que se tenga por parte de los involucrados en su uso.

- En la pregunta: ¿Qué tipo de videos usas con más frecuencia? se obtuvo que un 13% utiliza videos académicos con más frecuencia.
- En la pregunta ¿Con que frecuencia haces uso de videos de música o entretenimiento?, encontramos que solo un 8.7% manifiesta que nunca ha hecho uso de videos de música o entretenimiento.

El contenido de la redacción de las preguntas para la segunda sección se realiza de la misma forma que la primera, sólo se sustituye el tópico video por blog.

- Considerando lo anterior se identificó en el instrumento de estudio que un 95.7% indicaron que no han creado un blog con algún tema educativo y un 75.4% los que no han creado algún blog que no sea de carácter educativo.
- Con la finalidad de conocer el grado de interacción y/o conocimiento de la estructura, formato y elementos que forman a un blog, se identificó que un 69.6% no han interactuado en algún blog con fines educativos; mientras que un 49.3% no han interactuado en algún blog que no sea de carácter educativo.
- Los porcentajes obtenidos en la pregunta ¿Con que frecuencia haces usos de blogs como apoyo en tus estudios? fueron: Muy frecuentemente 15.9%, frecuentemente 24.6%, algunas veces 42% y nunca 17.4%
- Los resultados de la pregunta planteada : ¿Con que frecuencia los maestros que imparten materias prácticas han hecho uso de videos/o blogs u otras herramientas online como apoyo en la enseñanza? Los porcentajes obtenidos fueron: Muy frecuentemente 2.9%, frecuentemente 14.5%, algunas veces 53.6% y nunca 29%.

- En la pregunta ¿Con que frecuencia los maestros que imparten materias teóricas han hecho uso de videos/o blogs u otras herramientas online como apoyo en la enseñanza? Se obtuvieron los siguientes resultados: Muy frecuentemente 4.3%, frecuentemente 13%, algunas veces 52.2% y nunca 30.4.

La última parte del estudio realizado en los alumnos de LTI consistió en la realización de un proyecto final para el cual fue solicitada la creación de un video de alguno de los contenidos del programa analítico de una de sus materias. Para ello fue necesario definir con claridad, por parte de los maestros involucrados, algunos elementos específicos para su desarrollo. La mecánica de trabajo se detalla a continuación:

- Se definieron equipos de trabajo de máximo 3 estudiantes.
- Se solicitó a los estudiantes investigar herramientas para creación y edición de videos y seleccionar algunas de ellas para el desarrollo de su trabajo.
- Se definieron los temas a trabajar por cada equipo.
- Se dio un archivo con las especificaciones que debería de cumplir el video (estructura, contenido y forma o secuencia, entre otras).
- Se entregó un archivo de PowerPoint con la explicación de cada uno de los temas, el cual fue creado por los maestros en cuestión.
- Se dieron archivos con plantillas a utilizar dentro del video, con la finalidad de que todos los videos presentaran mismo diseño.

- Se entregó un archivo con un ejemplo de un Storyboard, el cual es un recurso indispensable para la creación de un video ya que en él se describe el contenido y secuencia del mismo, así como que y quien ira narrando.
- Se entregó un video de ejemplo en el cual se abarcan algunos de los elementos detallados en el archivo de especificaciones de elaboración del video.
- Se indicó durante el curso diferentes páginas web que podrían consultar de los temas vistos.
- Se entregó una rúbrica de evaluación y/o autoevaluación.
- Se entregó un manual de procedimiento, para que el estudiante subiera su video a YouTube.

El desarrollo de la actividad nos permitió al final crear un instrumento complementario que se diseñó con la finalidad de llevar a cabo una retroalimentación, para identificar los puntos críticos que se pueden presentar en una actividad de este tipo y del interés particular para el maestro facilitador; aspectos como: habilidades y destrezas de los estudiantes, el desempeño del trabajo en equipo, la responsabilidad mostrada, el conocimiento de la materia y la competencia tecnológica, el aprendizaje obtenido, entre otras. En lo que concierne a esta parte del estudio se identificó lo siguiente:

- El 41% de los estudiantes no tenían conocimiento en la creación de videos (porcentaje que resulta mayor a los datos obtenidos en la primera encuesta).
- En este estudio se identificó que el uso de las herramientas tecnológicas en general para el desarrollo del video fue de 44%.

- Al 82% de los estudiantes si les gusto la actividad realizada, 17% más o menos y el 1% no les gusto.
- Se recopilaron una serie de comentarios los cuales se consideró convenientes compartir. Entre ellos se destacan:
 - [buena actividad, ayuda a repasar la información vista y estudiar para los exámenes].
 - [ciertamente la retroalimentación en este proyecto hacia mí fue considerable, por fin no fue un proyecto de solo copy paste].
 - [está bien enseñarme a hacer videos, pero es algo laborioso].
 - [Este tipo de trabajos finales nos ayudan a colaborar y a crear materiales útiles para los compañeros de semestres más bajos, también a repasar nosotros mismos].
 - [me gustó, porque las cosas que no comprendí lo pude entender viéndolo de los videos que les tocó a mis compañeros].
 - [perfecto trabajo muy interactivo].
 - [no me gusta hacer storyboards].

Finalmente los videos desarrollados por los estudiantes fueron integrados en blogs y puestos a su disposición para ser contemplados para su estudio y a su vez fueron compartidos al público en general. Los blogs fueron creados por los maestros involucrados en el proyecto y a los estudiantes se les pidió interactuar a través de ellos con comentarios a los videos de sus compañeros; de modo que dicha actividad fue también integrada al proceso de evaluación de la asignatura.

La información que se logró recopilar de los maestros, arrojó los siguientes datos:

- El 69% de los encuestados son mujeres y el 31% son hombres.
- El 47.6% acumulado, tienen una edad inferior a 40 años.
- Respecto al nivel de estudios: El 11% tiene Licenciatura, 80.5% Maestría y 8.5% Doctorado.
- El 70% no ha creado un video como medio de apoyo educativo.
- El 70.7% no ha creado algún video que no sea de carácter educativo.
- El 64.6% indicó sí tener conocimientos en la publicación de videos en internet.
- El 79.3% no ha publicado en internet algún material educativo que no sean videos.
- El grado de frecuencia de uso de videos como apoyo en las clases, se centra en la alternativa: *ocasionalmente* ya que fue la que obtuvo el porcentaje más alto con un 36, seguido de *frecuentemente* con un 28%.
- El 78% si ha visitado algún blog con fines educativos.
- El 89% no ha creado un blog de ningún tipo: educativo o no.
- El 58.5% si ha visitado algún blog que no sea de carácter educativo.
- El grado de frecuencia de uso de blogs como apoyo en las clases presenta un tendencia negativa ya que la alternativa *nunca* se ubicó con un 30%, seguida de *ocasionalmente* con un 27%.

- El grado de frecuencia en que se ha hecho uso de videos y/o blogs en los cursos de capacitación que han tomado, se obtuvieron los siguientes porcentajes: Siempre 14.6%, frecuentemente 35.4%, ocasionalmente 32.9%, casi nunca 9.8% y Nunca 7.3%.
- El grado de frecuencia en que se ha hecho uso de otras herramientas distintas a videos, blogs y/o PowerPoint en los cursos de capacitación que ha tomado, se obtuvieron los siguientes porcentajes: Siempre 13.4%, frecuentemente 26.8%, ocasionalmente 25.6%, casi nunca 20.7% y nunca 13.4%.
- El 58.5% si ha creado una presentación para una clase utilizando una herramienta distinta a PowerPoint. Se les pregunto a estos, cuáles eran las herramientas que utilizaron obteniendo el siguiente número de frecuencias en las siguientes: Prezi (13), Flash (9), Excel (7), Movie Maker(4), Camstudio(4), Sony Vegas(4), SlideShare(4), Switch(4), Word(3), Acrobat(2) y Youtube(1).
- Finalmente, y no menos importante, se les describió una lista de herramientas para que seleccionaran en cuales de ellas les gustaría recibir algún tipo de instrucción; además de incluir una pregunta en donde se solicitaba que mencionaran o sugirieran alguna otra. Lo anterior con el propósito de integrar una lista tentativa de los posibles rubros de interés, para que sean considerados por el departamento de capacitación de nuestra facultad.

Conclusiones

Los nuevos métodos y modelos educativos, las tendencias tecnológicas y sociales han hecho que el video se convierta en uno de los canales más importantes en la distribución de información; vistos a través de múltiples herramientas de reproducción instaladas en diferentes dispositivos tales como: smartphone, tablet, laptop, desktop, smarttv, entre otros.

Así también el uso de blogs para estructurar y presentar contenidos, hacen uso del video como un recurso esencial, ya que este elemento tiene más impacto en los usuarios que la información textual; esto ha hecho que tanto los blogs y videos sean los pilares de los MOOC.

Los resultados descritos en este documento nos indican las competencias tecnológicas que estudiantes y maestros tienen, lo cual nos permitió definir una estrategia de trabajo considerando las fortalezas y debilidades de cada uno de ellos con la finalidad de conjuntar las fortalezas de cada uno y poder crear materiales audiovisuales en beneficio de ambos, con el propósito de ser utilizados dentro o fuera del aula en cualquier momento, por los alumnos actuales o siguientes; además de ser reutilizados y vistos por un público local o general.

La estrategia aplicada para la generación de los videos consistió en un método de aprendizaje basado en el desarrollo de un proyecto. Dado lo anterior consideramos que la adquisición de conocimientos y competencias por parte de los estudiantes se dio de una manera más práctica e interactiva, con la inclusión de un maestro-facilitador, resultando así de mayor interés para ellos lo realizado en clase y además se vieron orillados a desarrollar un trabajo colaborativo con repercusiones claves en su propio aprendizaje.

Es responsabilidad de una institución educativa proveer la infraestructura para que el estudiante y maestro puedan desempeñar activamente su papel o trabajo. Pero es responsabilidad de los maestros proveer los recursos necesarios para una enseñanza-aprendizaje de calidad y por consiguiente hacer que el estudiante obtenga las competencias necesarias en su desarrollo personal y profesional, el uso de videos y blogs le crea competencias de ambos tipos, además que le permite aprender.

Se puede señalar que el uso de videos y blogs sea de mayor utilidad en materias prácticas considerando que es donde los estudiantes suelen tener mayor número de dudas; sin embargo en base a los porcentajes obtenidos, se identifica que hace falta mayor uso o difusión de estos recursos por parte de los maestros o bien que requiere de una reestructura en la estrategia que se esté aplicando para su uso. Para el caso de las materias teóricas, las cuales suelen ser calificadas por los estudiantes que aplicaron para este estudio como monótonas, podrían ser más “atractivas” si se incorporan en ellas las herramientas propuestas; de modo que el involucramiento con los contenidos a través de videos provocaría un mejor grado de interacción para satisfacer los actuales estilos de aprendizaje.

Las diversas herramientas tecnológicas que tenemos a nuestro alcance permiten crear y editar de una forma fácil y sencilla materiales audiovisuales; lo difícil es, en primera instancia, generar el interés y contar con la disposición de querer hacer las cosas. Aunado a ello, lo laborioso que resulta para el participante el hecho de no estar familiarizado con los elementos que intervienen en el desarrollo de un video; además del esfuerzo mayor que se requiere para realizar la explicación, puesto que se pretende que sea lo más entendible posible para cualquier estudiante y finalmente el fungir como tutor o asesor de grupos numerosos. Sin embargo, el trabajo no termina en la creación; sino que se hace necesario definir estrategias que permitan el uso adecuado de los videos y blogs. De manera inherente, incluir la correspondiente evaluación que permita determinar áreas de mejora o perfeccionamiento de los materiales desarrollados y de los procesos aplicados y lo cual puede ser una pauta para generar trabajos futuros.

Por último, como resultado de trabajo colaborativo realizado a través de los PIA, se generaron 11 videos para la materia de Base de Datos II y 6 para la materia de Matemáticas

Financieras. Para ambas se creó un blog y fueron incorporados en cada uno de ellos los videos correspondientes. Actualmente se trabaja sobre la generación de más materiales que sean aportes para las nuevas materias y se lleva acabo el perfeccionamiento de los ya desarrollados.

Bibliografía

- Bohórquez, E. (2008) «El blog como recurso educativo». En *EDUTECE-E, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*. Núm. 26/Julio 2008. [Fecha de consulta: 12/03/15]. <http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec26/> ISSN 1135-9250.
- Durall, E., Gros, B., Maina, M., Johnson, L. & Adams, S. (2012). *Perspectivas tecnológicas: educación superior en Iberoamérica 2012-2017*. Austin, Texas: The New Media Consortium.
- Hernández Sampieri, R. (2003). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: McGrawHill.
- Pedraza, N., Farías, G., Lavín, J., & Torres, A. (2013). Las competencias docentes en TIC en las áreas de negocios y contaduría: Un estudio exploratorio en la educación superior. *Perfiles Educativos*, núm. 139, 2013. IISUE-UNAM
- Peláez-Cárdenas, et al (2013). Construcción de videos educativos, una experiencia para aprender entre todos: acercándonos a la realidad sobre el uso de medios audiovisuales para el desarrollo pedagógico. (Artículo de reflexión derivado de investigación o de tesis de grado) *Revista Q*, 7 (14), 17, enero - junio.
- Pinto, M., Gómez Camarero, C., & Fernández Ramos, A. (2012). Los recursos educativos electrónicos: Perspectivas y herramientas de evaluación. *Perspectivas en Ciencias de Información*, núm.3, julio 2012, p.82-99.

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

Tobías-Martínez, M.A.; Duarte-Freitas, M.; Kemczinski, A. (2015). Un repositorio digital

de contenido filmico como recurso didáctico. *Journal Citation Reports®:*

Communication; Education & Educational Research, núm. 44, enero 2015, pp. 63-71.

Universidad Autónoma de Nuevo León. (2014). Plataforma de cursos digitales en línea

ALERE. Recuperado de: [http://alere.uanl.mx/content/260-2256-36909-3-Bienvenidos-](http://alere.uanl.mx/content/260-2256-36909-3-Bienvenidos-a-Alere)

[a-Alere](http://alere.uanl.mx/content/260-2256-36909-3-Bienvenidos-a-Alere)



LOS ESTUDIANTES DE ÁREAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS Y SU DESEMPEÑO EN ESCENARIOS EDUCATIVOS MIXTOS

Autores:

Dra. Claudia Islas Torres

Dra. Edith Guadalupe Baltazar Díaz

Institución de adscripción:

Departamento de Estudios Organizacionales. Centro Universitario de los Altos.

Universidad de Guadalajara

Dirección: K.m 7.5 s/n Carretera Tepatitlán-Yahualica, Tepatitlán de Morelos Jalisco,

Cp47600

Correo electrónico:

¹*cislas@cualtos.udg.mx*

²*ebaltazar@cualtos.udg.mx*

Nacionalidad: Mexicanas

Fecha de envío: 20/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 21/Mayo/2015

Resumen

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) se han incluido a la cotidianeidad de las instituciones educativas de nivel superior, permeando con su influencia a todas las áreas disciplinares en las que estudiantes y docentes se desarrollan. En ese sentido, este documento expone los resultados de un estudio de enfoque mixto, de diseño no experimental transversal y alcance descriptivo, en el que se detallan las características del desempeño de estudiantes de carreras del área económico administrativas, en escenarios educativos mixtos. Los resultados obtenidos desde el tratamiento estadístico y el análisis del discurso, dan cuenta de las actividades que desarrollan los estudiantes que participan en esta modalidad educativa, destacando el autoaprendizaje, la colaboración entre compañeros y algunas técnicas de aprendizaje que aplican, en función de los momentos del curso. Dicho estudio se llevó a cabo en el Centro Universitario de los Altos de la Universidad de Guadalajara.

Palabras clave: Desempeño, Escenarios educativos mixtos, Estudiantes.

1. Introducción

Actualmente, la incursión de las tecnologías en todos los ámbitos de la sociedad ha implicado que los individuos se preparen para enfrentarse a los retos que se les impone, requiriéndoles de mayores conocimientos, habilidades y destrezas para desempeñarse a un nivel que satisfaga las necesidades de un mundo globalizado. Es así, que las instituciones educativas de nivel superior han ido incorporando a su cotidianeidad el uso de herramientas y aplicaciones tecnológicas que modifican los procesos de enseñanza-aprendizaje tradicionales, dando apertura a una diversidad de escenarios educativos, donde la mezcla de presencialidad y virtualidad es algo inevitable que trasciende las fronteras de las aulas y las plataformas, para configurar algo a lo que puede denominarse escenarios educativos mixtos, donde la sincronía y asincronía dan particular definición a las actividades que en estos espacios pueden realizarse.

Es en ese sentido, que el presente documento expone los resultados obtenidos en un estudio de enfoque investigativo mixto, con diseño no experimental transversal, de alcance descriptivo, en el que después del tratamiento estadístico y análisis de discurso pudo caracterizarse el desempeño de los estudiantes de las carreras Licenciatura en Administración, Contaduría y Negocios Internacionales, del Centro Universitario de los Altos de la Universidad de Guadalajara.

Bajo el cuestionamiento de investigación: ¿cómo suceden en la cotidianeidad, las actividades que realizan los estudiantes que participan en modalidades mixtas?, a través de un instrumento tipo cuestionario aplicado a los estudiantes de las carreras mencionadas y que habían cursado o cursaban una asignatura en modalidad mixta, se realizó un diagnóstico de su práctica para obtener los elementos que ayudarían a describirla, bajo

Los datos obtenidos permitieron construir resultados descriptivos que aunados al análisis del discurso aplicado a la información recuperada tras las entrevistas a profundidad, dieron las características de esta práctica.

Para fundamentar el estudio e interpretar los resultados obtenidos se utilizó como marco teórico al constructivismo puesto que es uno de los referentes aplicable a este tipo de modalidades no convencionales.

2. Marco Teórico

2.1 Referencial

La innovación educativa en sus distintas acepciones ha hecho alusión a la implementación de tecnologías de la información y comunicación (TIC's) y al diseño instruccional como base del anhelado mejoramiento educativo, sin embargo, esta innovación a decir de diversos autores podría estar en tela de juicio, tal como Cabero (2004), García (2005) y López (2006) indicaron, diciendo que las TIC se han implementado desde una lógica de innovación educativa que espera mejoras, coincidiendo en que no puede pensarse que con solo implementar tecnologías y dar cabida a distintas modalidades se configurarán sistemas educativos eficientes, cuando al parecer siguen acarreándose problemas institucionales de antaño (educación transmisiva, docentes protagonistas, estrategias tradicionalistas) y la tendencia es la importación de tecnologías introduciendo en las escuelas dispositivos, infraestructura y aplicaciones de software, que en muchas de las ocasiones se utilizan sin objetivos y metas claras.

Por ejemplo Zorrilla (2013) hace referencia a esta problemática indicando que el aumento en la matrícula de las modalidades no convencionales se debe a que las instituciones

educativas han tomado como opción las facilidades que otorgan los medios tecnológicos como alternativas para ampliar la cobertura en la educación superior, ya que el crecimiento de la demanda en este nivel se ha aumentado a escalas que no se tenían contempladas, por ejemplo de la década de los 80's a la del 2000 el crecimiento en la matrícula fue del 118.8% y se pronosticó que para 2013 habría una población estudiantil potencial para cursar el nivel superior de 14.9 millones de personas. Ante esta situación es común encontrar ofertas educativas dirigidas en gran medida a profesiones de las áreas económico administrativas que incluyen programas educativos a realizarse completamente en línea o en modalidad b-learning.

Lo anterior pone a las instituciones en la creciente búsqueda de estrategias que entre otras cosas pueda atender a las demandas de la población, sin embargo, desde la perspectiva de Zorrilla (2013) los modelos no convencionales inicialmente fueron pensados para personas en una edad más adulta, que se encontraban desempeñándose en el ámbito laboral y que tenían madurez y capacidades de autoestudio o de aprendizaje independiente, situación que en la actualidad parece no suceder así, puesto que las edades de los jóvenes que acceden a la educación superior oscila entre los 18 y 20 años, generalmente se cree que son personas que no trabajan, que no tienen una madurez personal y por tanto se supone que en muchos de los casos no tienen las capacidades y habilidades que se requieren para desempeñarse en este tipo de modalidades educativas.

En este sentido, las exigencias ante las que se enfrentan los estudiantes hacen parecer que su quehacer es cada vez más complejo, puesto que se les requiere de habilidades y estrategias que les permitan acoplarse a los cambios que se viven cotidianamente en las universidades, el problema es que resulta ilusorio pensar que la simple existencia de

tecnologías es suficiente para montar experiencias de formación eficientes, a decir de Adell (2011) los estudiantes universitarios están alfabetizados digitalmente sí utilizan las tecnologías para fines de ocio, distracción en sus tiempos libres o relaciones sociales, sin embargo, sí alfabetizados digitalmente se le llama al grado y dominio de técnicas, procedimientos o procesos que al utilizar las tecnologías los llevan a aprender o crear conocimiento entonces habría que dudarlo, de igual manera Rodríguez (2011) comentó que los estudiantes tienen un alto nivel en el conocimiento de tecnologías, sin embargo, les falta la competencia aplicativa para enfocarlas a nivel educativo.

La situación descrita en el párrafo anterior parece acarrear la necesidad de una planeación pedagógica rigurosa en la que se utilicen las tecnologías para no caer en circunstancias que puedan generar disgusto o inconformidad a los estudiantes, ya que a decir de Ruiz (2008) las modalidades mixtas son una combinación apropiada entre ciertas acciones instruccionales típicas de la modalidad presencial y algunas actividades de los entornos virtuales que deben centrarse en los estudiantes para brindarles una mayor flexibilidad y favorecer los resultados de su aprendizaje (Ruíz, 2008; Lavigne, Díaz, Mcanally & Organista, 2013). Asimismo Dussel y Quevedo (2010) opinaron que este tipo de modalidades podría servir para proponer una educación a la medida de los individuos, logrando trayectos individualizados para cada alumno.

Los ambientes mixtos a decir de los investigadores buscan incrementar las fortalezas y disminuir las debilidades de la modalidad presencial y virtual reduciendo los tiempos comunes en el aula, favoreciendo el ahorro de los espacios físicos y sobre todo promoviendo la participación de los estudiantes como responsables de su propio aprendizaje (Caltenco, 2012). En este sentido, se esperaría que los estudiantes formaran

parte de una situación educativa centrada en ellos en la que se les fomentara su autoaprendizaje y el desarrollo de su pensamiento crítico y creativo (Edel, 2009).

En ese sentido, respecto a la práctica de los estudiantes se encontró una investigación de Lagunes, Contreras y Flores (2010) en la que se indagó sobre sus hábitos de estudio para así proponer una modalidad que le ayudara a explotar sus estilos de aprendizaje, siendo la modalidad mixta la alternativa más representativa, se identificó que ellos se basan en la práctica docente con la que en algunos casos están descontentos, también se encontró que de los alumnos participantes sólo el 10.5% de ellos aprende leyendo, a este respecto se infiere que los estudiantes poseen escasas habilidades de lectura y comprensión; aunado a esto, los encuestados refirieron no conocer sobre el concepto modalidad mixta, sin embargo, el 96.8% aceptó que las tecnologías podrían ayudarles en su aprendizaje, aunque solo el 86.3% estaba dispuesto a participar en un proyecto de ese tipo.

2.2 Conceptual

La teoría que sustento este estudio fue el constructivismo reconocido como uno de los enfoques que provee de las bases teóricas para un aprendizaje activo, implicado, responsable y enfocado a la educación de los estudiantes (Sosa, García, Sánchez, Moreno, & Reinoso, 2005).

El constructivismo indica, cómo el conocimiento se construye de forma activa por el estudiante, en un proceso que no es estático y que va incorporando el conocimiento de manera paulatina mediante el estudio y asimilación teórico práctica de libros y manuales de estudio, en este sentido, el estudiante se convierte en un ente activo consciente y responsable de su propio aprendizaje con lo cual se implica casi totalmente en ello y los

resultados de dicha implicación son los conocimientos que él mismo ha ido formando, bajo la supervisión del docente y el apoyo de su centro educativo.

- El constructivismo sustenta que el conocimiento que adquieren los estudiantes se da por la interacción que estos mantienen con sus compañeros sobre todo en actividades colaborativas que les permiten el intercambio de opiniones, ideas o discusiones a través de las que enriquecen o amplían sus puntos de vista.
- Que el estudiante se vea inmerso en un conflicto cognitivo le ayuda a establecer sus propias metas de aprendizaje puesto que esa situación lo encamina a reflexionar sobre su aprendizaje.
- El conocimiento no es copia fiel de la realidad sino una construcción que el individuo realiza en función de los aspectos cognitivos, afectivos y sociales (Castillo, 2000).
- El hecho de que en los cursos se plantee a los estudiantes situaciones reales bajo la resolución de problemas o estudios de caso permite que ellos identifiquen diferentes soluciones y apliquen los conocimientos que adquieren en el proceso de aprendizaje (Sosa, García, Sánchez, Moreno, & Reinoso, 2005).

Es así que la teoría del constructivismo dio elementos que ayudaron a entender la práctica de los estudiantes de Administración, Contaduría y Negocios Internacionales, puesto que desde la observación inicial se detectó que sus acciones estaban relacionadas a la colaboración, las técnicas de aprendizaje, sus actitudes ante la modalidad y sus formas de interactuar en los momentos síncronos y asíncronos, factores que no podían conocerse alejadas de sus habilidades tecnológicas.

En términos instruccionales para que una propuesta de formación mixta sea llevada a cabo bajo los supuestos del constructivismo es necesario que se considere la naturaleza y el tipo

de actividades que los estudiantes deben desarrollar de forma individual o colectiva, determinando que herramientas van a utilizar y que fines alcanzaran (Díaz, Hernández, & Bustos, 2009).

La revisión de la literatura proporcionó elementos para determinar que el desempeño del estudiante en un escenario educativo mixto podía ser reconocido a partir de cinco dimensiones: *la cognitiva, actitudinal, aprendizaje, tecnológica y comunicativa*; puesto que éstas involucran aspectos que van desde la motivación, socialización, colaboración, aplicación de las TIC y la interacción con los compañeros y docentes a partir de la comunicación.

La conceptualización de las dimensiones, que sirvió para establecer las características del desempeño del estudiante entendido como el conjunto de acciones que éste desarrolla como parte de su hacer cotidiano en el escenario mixto quedo como a continuación se describe:

Cognitiva: habilidades que son potenciales para que los seres humanos realicen cierta actividad poniendo de manifiesto sus conocimientos y estructuras mentales. En ella puede estar presente la atención, percepción, razonamiento, como habilidades que apoyan los procesos de interacción y aprendizaje. Las habilidades cognitivas que el estudiante desarrolle son determinantes para las competencias digitales que requiere al desempeñarse en la modalidad, sobre todo al encontrarse ante un mundo de información que debe saber tratar para convertirla en conocimiento, aplicando por ejemplo la solución de problemas, la toma de decisiones, el pensamiento crítico, entre otras habilidades que Ramos y Herrera (2010) habían descrito como necesarias para incursionar en un ambiente de formación mediado por tecnologías y en el ámbito de las áreas económico administrativas.

Actitudinal se refiere a los constructos cognitivos que se expresan a través de las opiniones y que predisponen a los individuos a actuar de determinada manera. En términos generales una actitud es una predisposición aprendida para responder de alguna manera a un objeto social, siendo una organización duradera de creencias y cogniciones, en las que interviene una carga afectiva a favor o en contra de un objeto determinado éstas predisponen a ciertas acciones ante un objeto.

Aprendizaje representa las acciones que realice el estudiante en función del ambiente en que se desarrollan, esta dimensión en interacción con las anteriores se supone pondría a los actores del proceso enseñanza-aprendizaje en posibilidades de actuar en cualquier ambiente de formación, que en el caso de la modalidad mixta habría una mediación por tecnologías transformando la práctica que se realice.

La dimensión *tecnológica* implica las habilidades y conocimientos que para utilizar las tecnologías a favor de los procesos de enseñanza-aprendizaje tienen los docentes y estudiantes; las TIC funcionan como un elemento que transforma la interacción entre ambos personajes; la dimensión contempla el uso de la internet, las redes sociales, el manejo de paquetería y equipos específicos y algunas tareas que pueden realizarse a través de ellas. El utilizar las tecnologías en una modalidad mixta supone una mejor interacción y desempeño de los estudiantes en la realización de su práctica.

La dimensión *comunicativa* hace referencia a los momentos que requieren de procesos interactivos reflejados a través de la comunicación entre el docente, el estudiante y entre ellos mismos, ambos son considerados como actores sociales que tienen la intención de compartir significados en torno a un contexto determinado. La comunicación entre ellos es necesaria para la construcción de conocimientos y sentidos compartidos, por lo tanto la

interacción es inevitable. Siempre existe algo que comunicar, sobre lo que se habrá de retroalimentar, así se intercambian conocimientos y se da una interpretación a lo que se recibe.

3. Método

Para realizar este estudio se siguió un enfoque investigativo mixto, de diseño no experimental transversal, de alcance descriptivo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) en el que se desarrollaron dos etapas para contestar a la pregunta de investigación ¿cómo suceden en la cotidianidad, las actividades que realizan los estudiantes que participan en modalidades mixtas?, cuyo objetivo fue describir las actividades que realizan cotidianamente los estudiantes que participan en dichas modalidades:

1. La etapa cuantitativa consistió en recuperar datos a través de un instrumento tipo cuestionario aplicado a un total de 268 estudiantes de las carreras de Administración, Contaduría y Negocios Internacionales. De los datos recabados a partir de este instrumento se recuperó la descripción de las acciones que de forma cotidiana realizan los estudiantes.

El instrumento conformado por 56 ítems se enfocó a recuperar acciones que tuvieran que ver con los aspectos cognitivos, actitudinales, de aprendizaje, habilidades tecnológicas y comunicativas, elementos que ayudaron a describir el desempeño de los estudiantes en las asignaturas que cursaban o cursaron en modalidad mixta. El instrumento fue validado por expertos en la materia, además se aplicó una prueba piloto en la que se detectó si había algún inconveniente respecto a la comprensión de los ítems que se planteaban.

La muestra de tipo no probabilístico fue determinada por el investigador de acuerdo a las necesidades del estudio, para ello era preciso que contestaran al instrumento el total de

estudiantes de cada una de las carreras mencionadas que habían cursado o se encontraban cursando una o varias asignaturas en dicha modalidad.

2. Para la etapa cualitativa en la que hubo que dar cualidad a la información descriptiva de la fase anterior, se aplicó una entrevista a profundidad semiestructurada a dos participantes por carrera, y a cuyos argumentos se les realizó un análisis de discurso de tipo semiótico.

4. Resultados

Las características demográficas de los estudiantes que participaron en el estudio son las siguientes:

- 172 estudiantes de género femenino
- 96 estudiantes de género masculino
- El promedio de edad de los participantes es de 20 años
- La distribución de estudiantes por carrera fue: Licenciatura en Administración (120), Contaduría (59), Negocios Internacionales (89)
- Las asignaturas que cursaron en modalidad mixta fueron: Economía I, Administración I, Derecho Civil, Administración II, Economía II, Teoría general de sistemas, Desarrollo de emprendedores e Inglés.

En cuanto a la dimensión tecnológica que sirvió para detallar las habilidades en el manejo de computadoras y aplicaciones se encontró que:

- De los 268 estudiantes el 98% cuenta con una computadora, 91% accede a ella desde su casa, 56% utiliza los equipos de cómputo de la institución, mientras el 12% usa los equipos de su trabajo.

- En cuanto al servicio de internet el 95% dijo contar con él, el 83% lo tiene en casa, 64% hace uso del acceso en la escuela y el 13% en el trabajo.
- El 97% de los encuestados considera que cuenta con habilidades para usar el software de una computadora, de ellos el 53% dice manejar procesadores de palabras, el 75% hojas de cálculo, el 86% manejadores de presentaciones (power point y prezi), el 71% maneja editores de imágenes mientras que sólo el 32% utiliza aplicaciones de software libre.
- Respecto al uso de internet se propuso a los estudiantes eligieran de una matriz de opciones con respuestas de frecuencia (5. Diario, 4. Más de una vez por semana, 3. Una vez por semana, 2. Ocasionalmente, 1. Nunca) tipo Likert, cuál era la periodicidad con que utilizan la red de información, obsérvese en la tabla 1 que los promedios en cuanto al uso de internet para la búsqueda de información y hacer tareas son elevados cercanos al diario, para el caso de chatear con compañeros, ver video tutoriales y compartir información los estudiantes lo hacen más de una vez por semana. Sin embargo, las desviaciones estándar nos dan la idea de la variabilidad entre la elección de las opciones, es notoria la poca comunicación con el docente a través de los chats lo que dio indicios de que entre el docente y los estudiantes la comunicación asíncrona no es suficiente.

Acción desarrollada	Promedio en frecuencia de uso	Desviación estándar
Búsqueda de información	4.61	.759
Hacer tareas	4.60	.681
Jugar	2.09	1.253
Chatear con maestros	1.55	.986
Chatear con compañeros	3.97	1.262
Ver video tutoriales	3.31	1.442

Compartir información	3.84	1.332
-----------------------	------	-------

Tabla 1. Promedios y desviación estándar respecto al uso de internet en sus diferentes opciones. (5. Diario, 4. Más de una vez por semana, 3. Una vez por semana, 2. Ocasionalmente, 1. Nunca)

- Para conocer las habilidades de los estudiantes respecto a la administración de la información que encuentran en la red, se les cuestionó sobre aspectos como respeto a derechos de autor, búsqueda y análisis de la información, en una escala Likert (3. siempre, 2. raras veces, 1. nunca), obsérvese en la tabla 2 que el promedio de frecuencia es por el orden de raras veces lo cual indica que aunque el estudiante es hábil para navegar por la red cuando se le requiere de tareas más formales raras veces lo realiza.

Acción desarrollada	Promedio en frecuencia de uso	Desviación estándar
Respeto a los derechos de autor	2.5	.560
Búsqueda en bases de datos especializadas	2.43	.610
Contrasto la validez de la información	2.44	.597
Reviso que la información sea actualizada	2.57	.571

Tabla 2. Promedios y desviación estándar respecto las habilidades de los estudiantes respecto a la administración de la información que encuentran en la red.

- Referente a la utilización de herramientas web 2.0 para realizar distintas actividades, los estudiantes recurren a las redes sociales y los sitios de videos más de una vez por semana, mientras que las herramientas colaborativas, los documentos compartidos y los generadores de presentaciones animadas son usados ocasionalmente, estos datos llevaron a inferir que el empleo de aplicaciones web 2.0 no es tanto en el sentido de la colaboración formal con la utilización de herramientas propicias para este tipo de

actividades. Pareciera que se usan más para las cuestiones sociales a través de las redes, y los sitios de videos como apoyo de aprendizaje (Tabla 3).

Acción desarrollada	Promedio en frecuencia de uso	Desviación estándar
Redes sociales	4.41	1.05
Herramientas colaborativas	2.61	1.25
Documentos compartidos	2.77	1.38
Sitios de video tutoriales	3.53	1.04
Creadores de sitios Web	1.98	1.21
Generadores de presentaciones animadas	2.51	1.33

Tabla 3. Promedios y desviación estándar respecto a la utilización de herramientas Web 2.0

- En lo que respecta a las dimensiones actitudinal y de aprendizaje la tabla 4 representa las acciones desarrolladas por los estudiantes, de estos datos se interpretó que hay indecisión por parte de los alumnos en cuanto a preferir cursar una materia en modalidad mixta, de igual forma se observa indecisión sobre el interés en una materia de este tipo cuando no le encuentran aplicación real. El resto de acciones que se describen en la tabla dan indicios de desinterés, aunque si se trata de ayudar a los compañeros a través de las tecnologías o participar en el curso tanto como les es posible su dedicación es más decisiva, es decir, definitivamente si lo hacen. Nótese también que la desviación estándar da muestra de la variabilidad de respuestas dadas por los estudiantes, sobre todo en el caso de participar en el curso tanto como pueda, por lo que se infirió que podría haber varios motivos que limitan su participación.

Acción desarrollada	Promedio en frecuencia de uso	Desviación estándar
----------------------------	--------------------------------------	----------------------------

Preferencia por cursar una materia en modalidad mixta	2.00	.745
Aprovecho más una materia en modalidad mixta que una presencial	1.7	.644
Pierdo el interés en una materia en modalidad mixta cuando no le encuentro aplicación real	2.27	.717
Me es igual cursar una materia en modalidad mixta que una presencial	1.7	.727
Trato de participar tanto como puedo en todos los aspectos del curso mixto	2.83	2.524
Utilizo las tecnologías para ayudar a mis compañeros cuando tienen dificultades para entender lo relacionado con el curso	2.55	.621
Me aburro fácilmente en una sesión presencial y prefiero recibir la materia de forma virtual	1.52	.627

Tabla 4. Promedios y desviación estándar respecto a actitudes y aprendizaje. Escala Likert (3.Definitivamente si, 2.Indeciso, 1.Definitivamente no)

- En cuanto a la atención que ponen los estudiantes a lo que hace el docente durante el curso, casi siempre están atentos a la publicación de recursos, a las actividades de aprendizaje, la retroalimentación personal, o de las indicaciones de cómo hacer actividades, sin embargo, el promedio de seguimiento del curso a través de la plataforma más que en las sesiones presenciales no es muy relevante (1.76), pareciera entonces que no dan mucha importancia a este seguimiento, además, obsérvese que la desviación estándar es del .673 lo cual indica una relativa coincidencia en las opiniones (Tabla 5).

Acción desarrollada	Promedio en	Desviación
---------------------	-------------	------------

	frecuencia de uso	estándar
Publicación de recursos	2.40	.707
Actividades de aprendizaje	2.49	.709
Retroalimentación personal	2.28	.728
Cuando son indicaciones de cómo hacer una actividad	2.51	.709
Dedico mayor seguimiento del curso en la plataforma que en las sesiones presenciales	1.76	.673

Tabla 5. Promedios y desviación estándar respecto a la atención que pone el estudiante a lo que hace el docente Escala Likert (3.Siempre, 2.Raras veces, 1.Nunca)

- Respecto a los requerimientos que la modalidad mixta representa para los estudiantes obsérvese en la tabla 6 que los promedios indican indecisión, por lo que se infiere que el estudiante atiende al curso en función de lo que éste le implica en términos de responsabilidades, organización y gestión de su propio aprendizaje. La desviación estándar indica poca variabilidad en la opción elegida por lo que hay indecisión totalmente notoria.

Acción desarrollada	Promedio en frecuencia de uso	Desviación estándar
Dirigir mi propio aprendizaje	2.49	.661
Saber administrar mi aprendizaje	2.62	.632
Cambie mi forma de organizarme	2.54	.671
Distribuir el tiempo de forma distinta	2.51	.688

Tabla 6. Promedios y desviación estándar sobre lo que los estudiantes consideran les requiere un curso en modalidad mixta. Escala Likert (3.Definitivamente si, 2.Indeciso, 1.Definitivamente no)

Los resultados de la fase cuantitativa sirvieron como pauta para estructurar las entrevistas que ayudaron a comprender y dar cualidad a los datos estadísticos, con la intención de explicar cómo son las acciones de estudiantes de áreas económico administrativas cuando incursionan en una modalidad mixta.

La etapa cualitativa consistió en recuperar información del desempeño de los estudiantes a través de entrevistas semiestructuradas, donde una de las ideas fuerza era que el estudiante destacará su experiencia al haber cursado una asignatura en modalidad mixta. Dicha entrevista se aplicó a dos estudiantes por carrera, muestra que se consideró conveniente porque aportó información suficiente desde el punto de vista del investigador, ya que en la quinta entrevista hubo indicios de saturación de datos, es decir, los argumentos que los estudiantes compartían se volvían repetitivos.

El proceso cualitativo se realizó aplicando la técnica de análisis de discurso de tipo semiótico (Chan,2010), donde se destacaron los objetos valorados por los estudiantes, las situaciones que permiten dar valor a esos objetos y los obstaculizantes para que esas acciones no sucedan tal como las espera el estudiante.

A raíz del análisis estadístico se observó un alto nivel de indecisión sobre algunas de las acciones que realiza el estudiante durante el curso, por ejemplo al indagar sobre su gusto hacia la modalidad mixta se obtuvo un promedio de 2.0 (indeciso) situación que a través de las entrevistas pudo explicarse, porque ellos asocian su gusto a la modalidad en función del docente que les imparte la materia con todo lo que ello implica, es decir, atribuyen su gusto a lo personal, a lo subjetivo, a las situaciones o experiencias a las que se han enfrentado, no lo relacionan directamente a las características mismas de la modalidad o a los beneficios o desventajas que esta les puede representar, su primer referente es el docente que les imparte

o impartió la materia y las acciones que éste llevó a cabo, por tanto se deduce que ese alto índice de indecisión podría ser justificable toda vez que la valoración que hace el estudiante parte de lo que para él significó esa experiencia desde sus percepciones, puntos de vista y creencias.

Cognitivamente sus percepciones son determinantes para lo que hacen en la modalidad hay quien dice que si el maestro es bueno pone más ganas a la materia, si es malo entonces la descarta o no le da importancia, también esto lo asocia a la atención que pone a lo que hace o deja de hacer el docente y a su criterio de si la materia le será de utilidad o no. En este sentido, las acciones cognitivas del estudiante pueden ser limitativas para el logro de su aprendizaje, éstas a su vez se convierten en actitudes que le llevarían a asumir o no responsabilidad para fundamentar sus significados y reorientar su desempeño, situación a la que debe sumar sus competencias, pero si únicamente se limita a percibir lo que hace el otro y no lo que a él corresponde, entonces no desarrolla habilidades para construir su conocimiento.

En la interpretación de las entrevistas, se dedujo que para los estudiantes el incursionar en una modalidad mixta les ha implicado romper con sus prácticas tradicionales y saber fusionar el contexto presencial con el virtual como uno solo, a fin de aprovechar los beneficios de esta mezcla de entornos y evolucionar en su aprendizaje. A partir de ello, se diría entonces que sus actitudes les permiten evaluar y asignar a la modalidad aspectos positivos o negativos que pueden reflejarse de manera observable en conductas de aprobación o reprobación. En este sentido, no se asegura una conducta completamente favorable porque hay cosas que no son aceptadas plenamente por ellos, ya que pueden

significarles más trabajo, aplicación de habilidades cognitivas complejas o quizá simplemente no les interese.

El aprendizaje es uno de los objetivos centrales que se persigue en todo ambiente educativo, en el entendido de que debe formarse al estudiante para su futuro desempeño profesional y social, las maneras de aprender se modificaron a partir de la incursión de las tecnologías en los procesos de enseñanza aprendizaje, con el análisis pudo percibirse que los estudiantes definen como aprendizaje la aplicación de lo aprendido, comprender, aprender por sí mismo, no depender de los demás, hablan de sus capacidades para ser autodidactas y las estrategias que utilizan para aprender, reconocen procedimientos que aplican para buscar, seleccionar o aprehender de la información que le facilite el docente o en el mejor de los casos que ellos buscan, aplican sus propios criterios para aprender lo que consideran puede serles útil y atienden a las instrucciones que el docente les indica pero más en términos de cumplir con lo que les pide con las formas y los tiempos, con esto se explica los promedios de indecisión que se observan en la parte cuantitativa.

Respecto a la tecnología, la mayoría de las veces aparece como un coadyuvante de las acciones del estudiante en la modalidad, es la que le sirve como medio para buscar información hacerse de recursos que le ayuden a entender los temas de sus materias, comparar herramientas que le faciliten la realización de actividades, comunicarse con sus compañeros y a veces con los maestros. Utilizan preferentemente las redes sociales y el correo electrónico como medio de comunicación, mayormente las redes sociales para ellos son herramientas de colaboración donde pueden compartirse archivos o comentar sobre algún trabajo, poco utilizan herramientas colaborativas propiamente aunque aceptan que si

el docente les motiva a utilizarlas ellos las buscarían y probarían, de no ser así simplemente siguen a sus inquietudes y experimentan con lo que pueden encontrar en la red.

Finalmente la dimensión comunicativa se representa por la necesidad de recibir retroalimentación de los docentes y tener la certeza de que han hecho bien sus actividades o productos de aprendizaje, para los alumnos el mantener contacto con el docente es necesario y por eso prefieren el acercamiento físico en lo presencial, porque les es más fácil expresarse de esta manera que de forma escrita a través de un medio electrónico, valoran la presencialidad como el entorno donde el docente puede resolver sus inquietudes en tiempo y no dejarlas hasta que revise la plataforma o conteste al correo electrónico.

El análisis refleja la poca comunicación que existe del docente para con el estudiante sobre todo a través de la plataforma u otros medios tecnológicos, en la mayoría de las veces los estudiantes acuden al docente para consultarles sobre sus dudas y como no reciben respuesta por parte de ellos prefieren contactarlos de manera presencial.

5. Conclusiones

Atendiendo a la pregunta de investigación: cómo suceden en la cotidianidad, las actividades que realizan los estudiantes que participan en modalidades mixtas, las descripciones presentadas en los apartados anteriores detallan las características de dichas actividades a través de dimensiones (cognitiva, actitudinal, de aprendizaje, tecnológica y comunicativa) que representan cómo se desempeñan los estudiantes de las carreras del área económico administrativas en escenarios educativos de modalidad mixta.

Los datos demuestran que los estudiantes tienen habilidades para el uso y apropiación de tecnologías, sin embargo, cuando se trata de involucrarse responsable y activamente en su aprendizaje como el constructivismo lo señala, los resultados destacan a partir de las dimensiones cognitiva y actitudinal que el gusto y sus acciones hacia la modalidad son

mayormente dependientes de la personalidad del docente, su forma de impartir la materia y los recursos que le proporcione, por tanto sus actitudes en muchas ocasiones les limita a reconocer los beneficios de la modalidad por sí misma, en términos del aprendizaje paulatino que puede lograr al organizar sus tiempos, emplear sus propias estrategias de aprendizaje y colaborar con sus compañeros a través de los medios electrónicos con la supervisión del docente.

La comunicación con el profesor se enfoca más a los encuentros presenciales, no siendo así con sus compañeros, ya que con ellos puede comunicarse a través de medios tecnológicos y presencialmente. La retroalimentación mediada por tecnologías para con el docente es limitada, en el mejor de los casos se atienden dudas originadas en el intento de comprender las indicaciones que el docente da, sin embargo, los estudiantes expresaron que no hay suficiente retroalimentación constructiva sobre los aprendizajes logrados, y esperan siempre la aprobación del docente y que éste se cerciore de que ellos han aprendido, sin reconocer que el conocimiento lo construyen ellos mismos como resultado de su implicación en el proceso de aprendizaje y no únicamente de lo que el docente les ofrece.

Bibliografía

- Adell, J. (2011). Los estudiantes universitarios en la era digital: la visión del profesor. (F. E. Castellón, Entrevistador)
- Cabero, J. (2004). Cambios organizativos y administrativos para incorporación de las TIC a la formación. Medidas a adoptar. *EduTec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (18) 1-31.
- Caltenco, Á. (Junio de 2012). Sistema educativo mixto (presencial-virtual). Una alternativa a la enseñanza-aprendizaje para el tema de la Biodiversidad de México en el bachillerato. *Tesis*. México, Iztacala: UNAM.
- Castillo, J. (2000). Monografías. Recuperado el 2008, de www.monografis.com/trabajos4/estrategias/estrategias.shtml
- Chan, M. E. (2010). La comunicación como mediación entre la tecnificación y la virtualización de las instituciones educativas. *Mediaciones Sociales*, (6) 65-89.
- Díaz, F., Hernández, G., & Bustos, A. (2009). www.comie.org. Recuperado de http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area_tematica_02/ponencias/0849-F.pdf
- Dussel, I., & Quevedo, L. A. (2010). *Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital*. Buenos Aires: Fundación Santillana.
- Edel, R. (2009). *Las nuevas tecnologías para el aprendizaje: estado del arte*. Nuevas Tecnologías para el aprendizaje (págs. 16-28). México: Pearson.
- García, L. (2005). Instituto de perfeccionamiento y estudios superiores. Recuperado de http://ipes.anep.edu.uy/documentos/libre_asis/materiales/apr_tec.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación*. México: MCGrawHill.
- Lagunes, A., Contreras, J., & Flores, M. (2010). <http://aglagunes.educasoft.org.mx>. Recuperado de <http://aglagunes.educasoft.org.mx/docs/BlendedLearning.pdf>
- Lavigne, G., Díaz, L. K., Mcanally, L., & Organista, J. (2013). Navegar y aprender una aproximación a las relaciones entre estilos de aprendizaje y la navegación en Moodle. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 81-97.
- López, R. (2006). Hacia un sistema virtual para la educación en México. *Apertura*, 7-23.
- Sosa, R., García, A., Sánchez, J., Moreno, P., & Reinoso, A. J. (2005). B-Learning y Teoría del Aprendizaje Constructivista en las Disciplinas Informáticas: Un esquema de ejemplo a aplicar. *Recent Research Developments in Learning Technologies*.
- Rodríguez, R. M. (2011). Repensar la relación entre las TIC y la enseñanza universitaria: problemas y soluciones. *Revista de curriculum y formación del profesorado*.
- Ruíz, C. (2008). El Blended-Learning: Evaluación de una experiencia de aprendizaje en el nivel de posgrado. *Investigación y postgrado*, 11-36.
- Zorrilla, M. L., & Castillo, M. (2013). www.uv.mx. Recuperado de <http://www.uv.mx/blogs/sea/2013/08/01/de-unimodal-a-multimodal-unatransformacion-en-proceso-en-la-educacion-superior-en-mexico/>



DIAGNÓSTICO DE ESTILOS DE APRENDIZAJE EN LA ENSEÑANZA DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN USANDO FELDER-SILVERMAN Y EDA

Dr. José Felipe Ramírez Ramírez.

Adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración, U.A.N.L., México.

Dirección: San Félix 5432-D, Col. Vista Sol, Guadalupe, N.L., México. C.P. 67128.

Correo electrónico: jose.ramirezrr@uanl.edu.mx

Nacionalidad: Mexicana.

Mtro. Álvaro Francisco Salazar González

Adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración, U.A.N.L., México.

Dirección: Treviño 2330, Colonia Centro, Monterrey, N.L., México. C.P. 64000.

Correo electrónico: alvaro.salazargn@uanl.edu.mx

Nacionalidad: Mexicana.

Mtro. Ernesto Chora Guardado

Adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración, U.A.N.L., México.

Dirección: Puerto Gutiérrez 3924, Col. Valle de las Brisas, Monterrey, N.L., México. C.P. 64790.

Correo electrónico: ernesto.chorag@uanl.mx

Nacionalidad: Mexicana.

Mtro. José Fermín Martínez González

Adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración, U.A.N.L., México.

Dirección: San Andrés 218, Col. Nueva California, Escobedo, N.L., México. C.P. 66050.

Correo electrónico: jose.martinezgo@uanl.edu.mx

Nacionalidad: Mexicana.

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 27/Mayo/2015

Resumen

El presente artículo informa los resultados del trabajo de campo para determinar los estilos de aprendizaje que tienen los alumnos que cursan carreras profesionales que requieren el dominio de múltiples habilidades y competencias, que incluso podrían ser contradictorias, usando como instrumento ILS de Felder-Silverman, exponiendo los resultados utilizando técnicas de análisis exploratorio de datos (EDA).

Abstract

This article reports the results of fieldwork to determine the learning styles of students in professional careers that require mastery of multiple skills and abilities, that could even be contradictory, using as instrument ILS of Felder-Silverman , exposing the results using techniques of exploratory data analysis (EDA).

Palabras clave: ILS, Felder – Silverman, EDA.

Keywords: ILS, Felder – Silverman, EDA.

Introducción

Ante un escenario de múltiples alternativas de instrucción, el conocimiento de las preferencias de aprendizaje de los estudiantes nos permite seleccionar las alternativas que son más pertinentes para incrementar el aprovechamiento.

Hay carreras profesionales que tienen una clara orientación hacia las ciencias exactas, o hacia las ciencias sociales o humanidades, y han sido estudiadas de manera particular (Felder & Silverman, 1988) con resultados más o menos consistentes. En esos casos, la naturaleza de los estudiantes que tendrán más éxito en el aprendizaje puede predecirse, dando lugar a un perfil muy particular de los candidatos a ingresar.

Contrario a ello, han surgido otras carreras que mezclan diferentes tipos de orientación, en donde el perfil de ingreso no se puede definir con claridad: tal es el caso de las carreras de tecnología de la información en las escuelas de negocios, donde la preparación incluye desde matemáticas, programación, derecho, administración, contabilidad, ética, entre otras cosas; esta diversidad de orientaciones hace que dichas

carreras sean adecuadas para todos y para nadie en particular, pues las habilidades requeridas para aprender ciertas asignaturas —por ejemplo matemáticas— puede ser diametralmente opuesta a las requeridas por otra asignatura —por ejemplo derecho—; esto nos lleva a pensar que la didáctica sobre la cual descansan dichas carreras debe ser propositiva, facilitando la comprensión de los temas para los cuales las personas no son más aptas para aprender.

El caso de estudio se centra en la determinación de las preferencias de aprendizaje de los los alumnos de la carrera de tecnología de la información en una escuela de negocios del norte de México, pertenecientes a la Universidad Autónoma de Nuevo León, la tercera universidad pública más importante del país. Se seleccionó esa población por considerar, de acuerdo a su plan de estudios, que posee una diversidad de materias cuyas habilidades y marco teórico de referencia no es consistente con una sola disciplina del conocimiento, encontrándose algunas de naturaleza técnica (sistemas de información, redes, programación, desarrollo de aplicaciones), de administración y ciencias sociales (administración, economía, finanzas, derecho), contabilidad (contabilidad, costos, auditoría), ciencias exactas (matemáticas, modelos cuantitativos, ingeniería de software), y de naturaleza filosófica (ética, sustentabilidad).

Se eligió para la determinación de estilos de aprendizaje, la prueba ILS (*Index of Learning Style*), desarrollado por Richard M. Felder y Linda K. Silverman (1988). En el trabajo de campo se aplicaron 332 pruebas. Con los datos obtenidos de la aplicación de las prueba Felder-Silverman, se realizó un análisis exploratorio de datos (*EDA / Exploratory Data Analysis*, por sus siglas en inglés), tomando como base el método desarrollado por John Tukey (1997).

El objetivo del presente estudio es conocer la forma en que aprenden los estudiantes de carreras cuyas asignaturas son heterogéneas respecto a sus pre-requisitos cognitivos, y a partir de ahí, proporcionar información de referencia para futuros estudios que propongan estrategias para maximizar el aprovechamiento académico de dichos grupos. Se hace énfasis en la identificación de la preferencia que tienen los alumnos en la forma de adquirir, procesar, percibir y entender el conocimiento; el estudio también revela qué tan pronunciadas son sus preferencias de aprendizaje, y la relación que tienen las preferencias con respecto a la edad y el género.

Marco teórico

Estilos de aprendizaje de Felder - Silverman

Existen múltiples pruebas para determinar los estilos de aprendizaje de las personas.

Para la presente investigación se decidió utilizar Felder-Silverman por varias razones:

- a) Primera, porque retoma aspectos observados por otras teorías, como las de Jung, Lolb y Mayers-Brigs (Felder & Silverman, 1988).
- b) Segunda, porque era factible aplicarla de inmediato por estar disponible en línea en idioma español (Soloman, Felder, & Torregrosa, 2015).
- c) Tercera, porque es un instrumento consistente. Otros estudios demuestran que llega a obtener un Alfa de Conbach de 0.77 (Litzinger, Ha, Wise, & Felder, 2005).

El modelo Felder-Silverman sostiene que todas las personas tenemos, en mayor o menor grado, ciertas preferencias de estilos de aprendizaje, y que por tanto respondemos en mayor o menor medida a ciertos estilos de enseñanza.

La prueba contiene 44 reactivos dicotómicos, que permiten determinar la preferencia de estilos de aprendizaje, y el grado de preferencia, desde cuatro dominios

diferentes: percepción, adquisición, procesamiento y entendimiento. Cada uno de los dominios contiene un par de estilos mutuamente excluyentes: percepción, contiene los estilos sensorial e intuitivo; adquisición, contiene los estilos visual y verbal; procesamiento, contiene los estilos activo y reflexivo; y entendimiento, contiene los estilos secuencial y global.

Al responder la prueba, el sujeto resultará con preferencia hacia un determinado estilo dentro de cada dominio, pero no los dos; además, el resultado revela en qué grado se presenta la preferencia de cada estilo, utilizando una escala 1 al 11, en serie de 2.

Si el grado obtenido es 1 o 3, se considera que la preferencia es balanceada, es decir, que la persona tiene una preferencia poco significativa, de tal manera que si la información o conocimiento se le presenta en uno u otro estilo dentro de una dimensión, no hay ventaja ni desventaja. Si el grado obtenido es 5 o 7, se considera que la preferencia es moderada, es decir, que la persona tiene una preferencia significativa, de tal manera que si la información o conocimiento se le presenta en el estilo de su preferencia, tendrá un aprovechamiento superior, aunque si no es así, no representa necesariamente una desventaja. Si el grado obtenido es 9 u 11, se considera que la preferencia es pronunciada, es decir, que la persona tiene una preferencia muy significativa, de tal manera que si la información o conocimiento se le presenta en el estilo de su preferencia, tendrá un aprovechamiento marcadamente superior, pero si no, tiene serios problemas de comprensión, lo que se convierte en una clara desventaja.

Es importante mencionar que se considera el puntaje total de la prueba, a la suma de los puntajes obtenidos en cada una de las dimensiones. También es importante conocer cuál

es el máximo grado de preferencia obtenido por el estudiante, que será el máximo grado de preferencia obtenido por la persona en cualquiera de las dimensiones.

EDA (*Exploratory Data Analysis*)

El análisis exploratorio de datos, mejor conocido por sus siglas en inglés como EDA (*Exploratory Data Analysis*), fue desarrollado por John W. Tukey, en su obra homónima (1997). Se trata de una técnica que permite analizar un conjunto de datos de manera sencilla y flexible, a través de herramientas estadísticas que permiten observar la naturaleza y distribución de los datos, así como las relaciones existentes entre un grupo de variables.

La finalidad de EDA es la siguiente: a) permite organizar y preparar los datos para análisis más complejos; b) detecta fallos en el diseño y obtención de los datos; c) evalúa y da tratamiento a los datos ausentes (*missing*); d) identifica datos atípicos (*outliers*); y e) comprueba supuestos subyacentes requeridos por la mayor parte de las técnicas multivariantes, como lo son la normalidad, la linealidad, la homocedasticidad (Figueras & Gargallo, 2015).

EDA contempla el uso de varias herramientas para el análisis de datos. Seltman (2014) recomienda entender las diferentes técnicas utilizadas en EDA con cierto orden, clasificándolas en función a si son gráficas o numéricas, si manejan datos de forma univariada o bivariada, y su uso.

Tabla 1. Herramientas gráficas sugeridas por EDA para cada escala de medición.

			Cualitativo		Cuantitativo		
			Nominal	Ordinal	Intervalo	Razón	
Gráfico	Univariado	Descriptivo	Histograma	X	X	X	
			Línea (polígono de frecuencias)	X	X	X	X
			Sectores / proporciones (pastel)	X	X		
		Tallos y hojas (stem & leaf)			X		
	Tendencia	Diagrama de cajas (Boxplot)			X	X	
	Bivariado	Distribución	Gráfico Q-Q (Q-Q Plot)			X	X

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 1 muestra con detalle las herramientas numéricas que típicamente se utilizan en EDA, mientras que la tabla 2 muestra las herramientas gráficas.

Tabla 2. Herramientas numéricas sugeridas por EDA para cada escala de medición.

			Cualitativo		Cuantitativo		
			Nominal	Ordinal	Intervalo	Razón	
Numérico	Descriptivo	N, Máximo, Mínimo, Rango			X	X	
		Tabla de frecuencias	X	X			
		Moda	X				
	Medidas de tendencia central	Mediana		X			
		Media			X		
	Univariado	Normalidad	Media geométrica				X
			Kolmogorov - Smirnov			X	X
			Shapiro – Wilks			X	X
			Rango intercuartílico		X		
	Dispersión	Desviación típica			X		
		Coficiente de variación				X	
	Forma	Correlación	Coficiente de asimetría				
			Curtosis				Aplica para la curva
	Bivariado	Correlación	Pearson	X	X	X	X
Spearman			X	X	X	X	

Fuente: Elaboración propia.

EDA no pretende confirmar hipótesis, y no está sujeto a supuestos de probabilidad, niveles de significancia o confianza (Tukey, 1997). Su principal virtud es garantizar a otros estudios estadísticos los mejores datos posibles.

Método

Los trabajos realizados fueron los siguientes:

- a) Recopilación de datos. Se aplicó al máximo número de sujetos posible la prueba Felder – Silverman, para determinar el estilo de aprendizaje de los estudiantes (Soloman, Felder, & Torregrosa, 2015).
- b) Cálculo del tamaño de la muestra. Se calculó un tamaño de la muestra, considerando un nivel de significancia del 5%, para una población finita y conocida (Badii, Castillo, & Guillén, 2008).
- c) Muestreo estratificado aleatorio simple. De los datos recopilados, se seleccionó una muestra estratificada aleatoria simple (Ritchey, 2002), que garantice la proporcionalidad de género, en virtud de que se ha demostrado que el género es relevante respecto a los estilos de aprendizaje (Philbin, Meier, Huffman, & Boverie, 1995).
- d) Identificación de escalas de medición de las variables. Se identificaron los tipos de escala que tienen las variables, para determinar qué herramientas se utilizarán en EDA (Rojo, 2006).
- e) Aplicación de EDA con análisis univariado. Se aplicaron las herramientas de naturaleza univariada sobre las variables analizadas (Figueras & Gargallo, 2015).

- f) Aplicación de EDA con herramientas bivariadas. Se aplicaron las herramientas de naturaleza bivariada sobre las variables analizadas (Pardo, 2005).

Resultados

Recopilación de datos.

Se desarrolló un plan para la aplicación de la prueba Felder – Silverman en su modalidad en línea y en español (Soloman, Felder, & Torregrosa, 2015) a la mayor cantidad de alumnos que cursan la Licenciatura en Tecnologías de la Información (LTI) en la Universidad Autónoma de Nuevo León, en México. La aplicación de la prueba se desarrolló en los meses de febrero y marzo de 2015, lográndose recopilar 323 pruebas.

Cálculo del tamaño de la muestra.

En nuestro estudio, la población total es finita y conocida, pues según los registros de la institución, se tienen 786 alumnos regulares en la carrera de LTI al momento de la realización de los trabajos de campo. Para el estudio se recopilaron 323 elementos (n) de los 786 posibles (N), lo que constituye el 41.09% de la población.

En nuestro estudio, se toma un nivel de significancia (α) de 5%, pues es el recomendado para el tipo de investigación de rasgos y comportamientos (Clark-Carter, 2002); derivado de ello, el nivel de confianza ($1-\alpha$) es de 95%.

Para calcular el tamaño de la muestra, tomamos en cuenta que se conoce el tamaño de la población (Badii, Castillo, & Guillén, 2008), debiéndose considerar también la posibilidad de que en estudios futuros se plantee una hipótesis de una o dos colas.

Muestreo estratificado aleatorio simple.

De acuerdo a los registros de la institución analizada, se tiene un porcentaje del 66.56% de hombres y 33.44% mujeres. Nos interesa que el muestreo refleje las

proporciones de la población en cuanto al género, dado que estudios previos han

demostrado que los estilos de aprendizaje son sensibles al género (Philbin, Meier, Huffman,

& Boverie, 1995); siendo así, se decide realizar una muestra estratificada aleatoria simple

(Clark-Carter, 2002) a partir de los datos recopilados. Las muestras de datos resultan como

lo muestra la tabla 3.

Tabla 3. Tamaños de la muestra estratificada, para hipótesis unilateral y bilateral.

Género	Si la hipótesis es unilateral	Si la hipótesis es bilateral
Estrato masculino	134	172
Estrato femenino	68	87
Total de la muestra	202	259

Fuente: Elaboración propia.

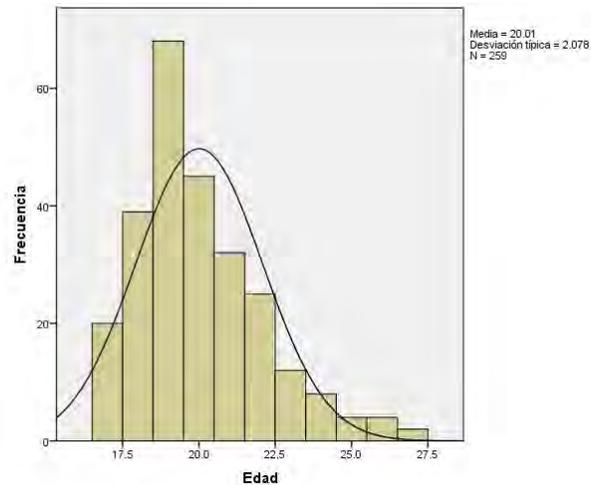
Identificación de escalas de medición de las variables.

Para la aplicación de EDA es importante identificar las escalas de medición que son utilizadas, ya que ello determina las herramientas sugeridas de uso. En el presente estudio, el trabajo de campo generó dos variables de intervalo (Edad y Puntaje total F-S); cinco nominales (Género, Procesamiento, Percepción, Adquisición y Entendimiento); y dos ordinales (ID y Nivel máximo de preferencia).

EDA con análisis univariado.

Análisis gráfico para la variable Edad.

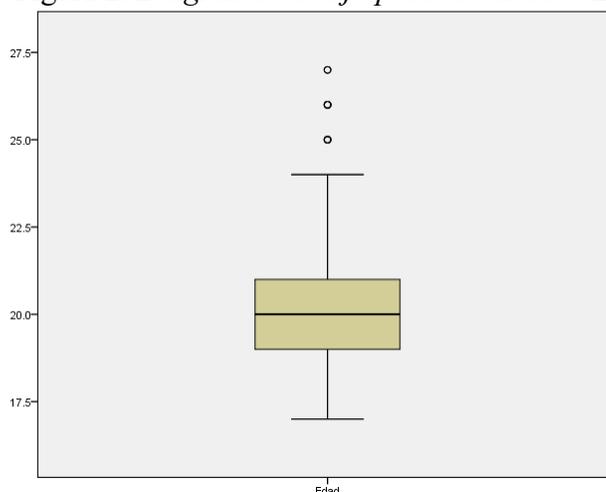
Figura 1. *Histograma de la variable Edad.*



Fuente: Elaboración propia

En el histograma (figura 1), a simple vista, se puede observar que la distribución es unimodal y leptocúrtica. Puede notarse también que se trata de una distribución asimétrica negativa; esto era predecible en virtud de que la población en la carrera va mermando conforme avanza el nivel, pues algunos alumnos se van quedando en el camino.

Figura 2. Diagrama de caja para la variable Edad.



Fuente: Elaboración propia

En el diagrama de caja (figura 2) podemos observar que hay valores de edad que son poco frecuentes pero que existen. No se pueden eliminar como datos atípicos, porque son representativos de la población, pero seguramente tienen que ver con la curtosis y la asimetría.

Análisis numérico para la variable Edad.

Tabla 4. Estadística descriptiva para la variable Edad.

		Estadístico	Error típ.
	Media	20.01	.129
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior Límite superior	19.75 20.26
	Media recortada al 5%	19.88	
Edad	Mediana	20.00	
	Varianza	4.318	
	Desv. típ.	2.078	
	Asimetría	.946	.151
	Curtosis	.834	.302

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 4 comprueba la asimetría positiva, dado que el coeficiente de asimetría resulta con un valor superior a 0; también se comprueba la curtosis de tipo leptocúrtica, al obtener un coeficiente mayor a cero.

Análisis numérico para la variable Género.

Tabla 5. Tabla de frecuencias para la variable Género.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	172	66.4	66.4	66.4
	Femenino	87	33.6	33.6	100.0
	Total	259	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

La tabla de frecuencias (tabla 5) expone la diferencia en proporción entre el número de hombres y mujeres dentro de la muestra, en casi 2 a 1.

Análisis numérico para la variable Procesamiento.

Tabla 6. Tabla de frecuencias para la variable Procesamiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Activo	177	68.3	68.3	68.3
	Reflexivo	82	31.7	31.7	100.0
	Total	259	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Análisis numérico para la variable Percepción.

Tabla 7. Tabla de frecuencias para la variable Percepción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Intuitivo	201	77.6	77.6	77.6
	Sensitivo	58	22.4	22.4	100.0
	Total	259	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Análisis numérico para la variable Adquisición.

Tabla 8. Tabla de frecuencias para la variable Adquisición.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Visual	199	76.8	76.8	76.8
	Verbal	60	23.2	23.2	100.0
	Total	259	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Análisis numérico para la variable Entendimiento.

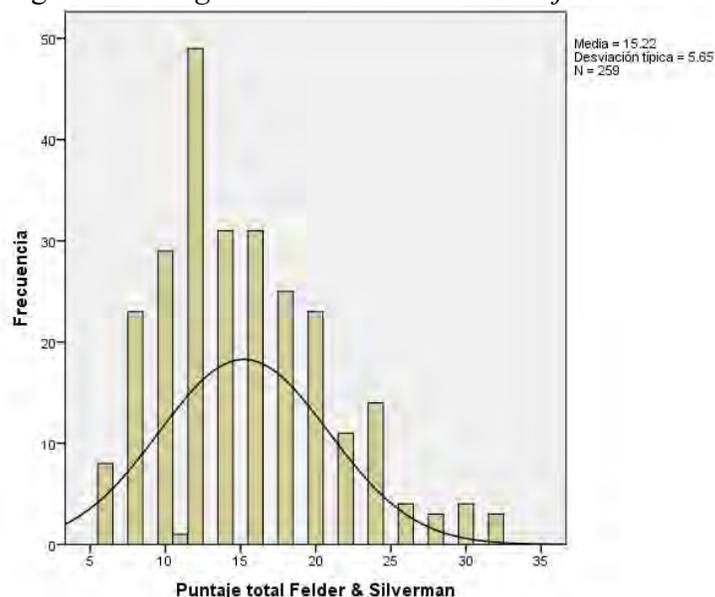
Tabla 9. Tabla de frecuencias para la variable Entendimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Secuencial	157	60.6	60.6	60.6
	Global	102	39.4	39.4	100.0
	Total	259	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Análisis gráfico para la variable Puntaje total F-S.

Figura 3. Histograma de la variable Puntaje total F-S.

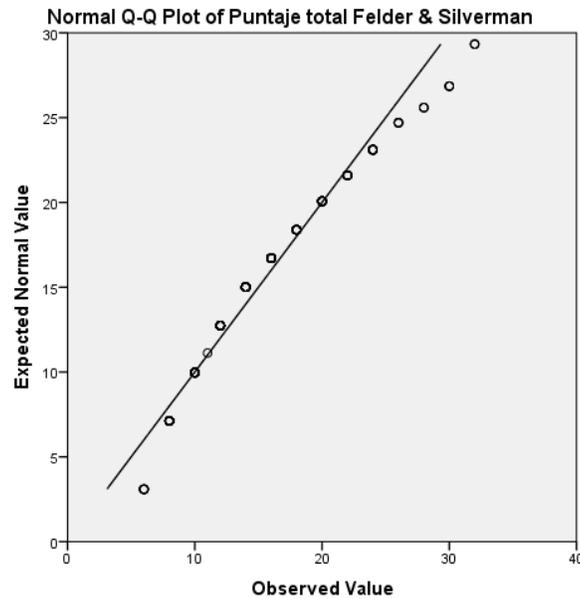


Fuente: Elaboración propia.

En el histograma (figura 3) puede advertirse a simple vista que hay una ligera asimetría positiva. También puede notarse una curtosis de tipo leptocúrtica. Llama la atención que aparece una columna en el valor 11, que es totalmente anormal. Al revisar los datos, se detectó un error en el registro de los datos: la observación con el ID 39 tiene en la dimensión Percepción registrado el valor de 1 para el estilo Sentitivo, pero también tiene el valor de 1 para el valor Intuitivo; esto es incorrecto, pues de acuerdo al modelo de Felder – Silverman, los valores deben ser mutuamente excluyentes, y si se tiene valor en un estilo,

no debe tener en otro. Lo procedente es eliminar el registro y substituirlo por otro del mismo género, que sea seleccionado aleatoriamente.

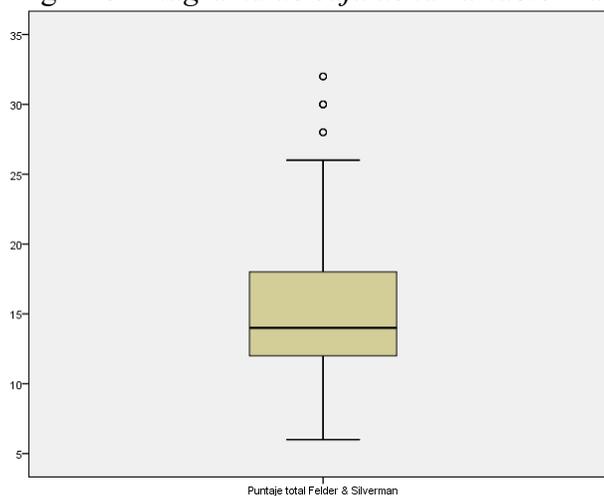
Figura 4. *Gráfica Q-Q de la variable Puntaje total F-S.*



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica Q-Q (figura 4), se comprueba que los valores siguen la recta de la normal, pero no de manera exacta; tienen una forma de S que pone en evidencia la curtosis de tipo leptocúrtica.

Figura 5. *Diagrama de caja de la variable Puntaje total F-S.*



Fuente: Elaboración propia.

	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Puntaje total Felder & Silverman	.141	259	.000	.947	259	.000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia.

Como muestra la tabla 10, el nivel de significancia considerado para el estudio es de 0.05 (alfa), y el nivel de significancia observado (Sig.) es de 0.00. Dado que el nivel de significancia observado es menor que alfa, entonces se rechaza la hipótesis nula de que el conjunto de datos sigue una distribución normal, a favor de la hipótesis 1 que sostiene que la distribución no sigue una distribución normal. Simplemente se confirma que la distribución no es normal, cosa que ya intuíamos al ver la asimetría y la curtosis.

Análisis numérico de la variable Máximo grado de preferencia.

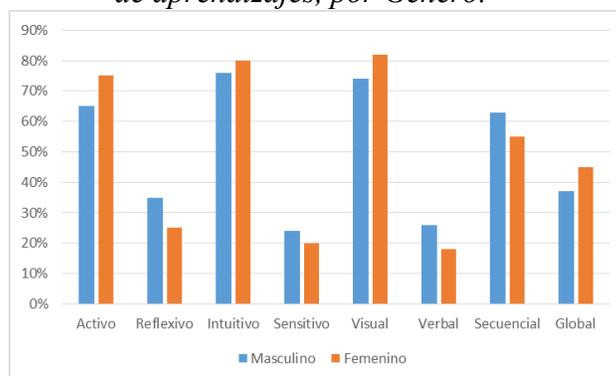
Tabla 11. Tabla de frecuencias para la variable Máximo grado de preferencia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Balanceado	30	11.6	11.6	11.6
	Moderado	158	61.0	61.0	72.6
	Pronunciado	71	27.4	27.4	100.0
	Total	259	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

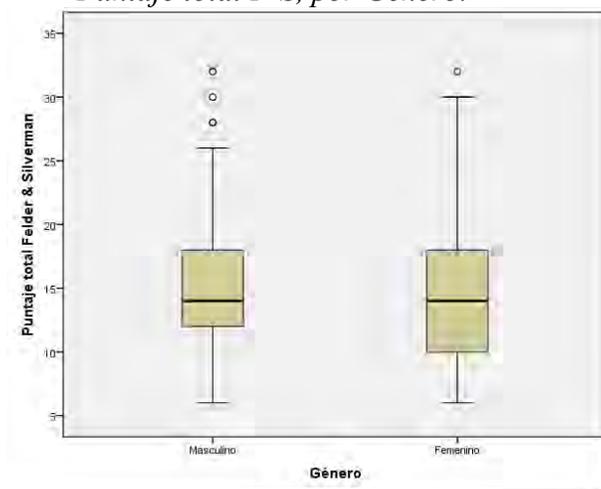
EDA con análisis bivariado.

Figura 7. Diagrama comparativo de estilos de aprendizajes, por Género.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 8. *Concentración de valores de Puntaje total F-S, por Género.*



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. Tabla de correlación entre Edad, Género, y estilos de aprendizaje, usando Spearman.

		Edad	Género	
Spearman's rho	Edad	Correlation Coefficient	1.000	-.153*
		Sig. (2-tailed)	.	.014
		N	259	259
	Género	Correlation Coefficient	-.153*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.014	.
		N	259	259
	Estilo de procesamiento	Correlation Coefficient	.127*	-.097
		Sig. (2-tailed)	.042	.118
		N	259	259
	Estilo de percepción	Correlation Coefficient	-.112	-.049
		Sig. (2-tailed)	.071	.435
		N	259	259
	Estilo de adquisición	Correlation Coefficient	-.023	-.080
		Sig. (2-tailed)	.708	.197
		N	259	259
	Estilo de entendimiento	Correlation Coefficient	-.002	.079
		Sig. (2-tailed)	.979	.204
		N	259	259

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13. Tabla de correlación entre Edad, Género, Puntaje total F-S y Máximo grado de preferencia, usando Spearman.

			Edad	Género	Puntaje total Felder & Silverman	Máximo grado de preferencia
Spearman's rho	Edad	Correlation Coefficient	1.000	-.153*	-.052	-.004
		Sig. (2-tailed)	.	.014	.409	.945
		N	259	259	259	259
	Género	Correlation Coefficient	-.153*	1.000	-.082	-.064
		Sig. (2-tailed)	.014	.	.189	.305
		N	259	259	259	259
	Puntaje total Felder & Silverman	Correlation Coefficient	-.052	-.082	1.000	.740**
		Sig. (2-tailed)	.409	.189	.	.000
		N	259	259	259	259
	Máximo grado de preferencia	Correlation Coefficient	-.004	-.064	.740**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.945	.305	.000	.
		N	259	259	259	259

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fuente: Elaboración propia.

Como era de esperarse, existe un grado de correlación alto entre el Puntaje total Felder – Silverman y el Máximo grado de preferencia (coeficiente con valor 0.740), dado que el puntaje en la prueba es lo que determina precisamente el grado.

Conclusiones

Derivado del trabajo de campo realizado, se determinó que en una carrera profesional donde el perfil del estudiante no se puede asociar con una rama de conocimiento en específico, se pudo determinar que, según los resultados generados de la aplicación de la prueba ILS de Felder – Silverman:

1) Se concluye que no existe correlación entre la edad y el género, con cualquier estilo de aprendizaje en particular; la preferencia de estilo no es un tema de edad o género, presumiblemente (evidencia en la tabla 12).

2) Se concluye que no existe correlación entre la edad y el género, con el grado de preferencia hacia un estilo en particular; la preferencia de estilo no es un tema de edad o género, presumiblemente (evidencia en la tabla 13).

3) El género masculino muestra un mayor balance en cuanto a las preferencias de los estilos de aprendizaje (evidencia en la figura 7) respecto al género femenino, pero tiende más a valores extremos (evidencia en la figura 8).

4) Los estudiantes tienen una marcada preferencia hacia el estilo Activo (68.3%), que privilegia el aprendizaje a través de ejercicios prácticos y estudios de caso. Solo el 31.7% prefiere el estilo Reflexivo, que privilegia el pensamiento y el análisis introspectivo (evidencia en la tabla 6).

5) Los estudiantes tienen una marcada preferencia hacia el estilo Intuitivo (77.6%), que privilegia los métodos que aprovechan la innovación, la creatividad y la creatividad, el desarrollo de conceptos y la experimentación. Solo el 22.4% prefiere el estilo Sensitivo, que privilegia el aprovechamiento de lo conocido y de los métodos estándar para hacer las cosas (evidencia en la tabla 7).

6) Los estudiantes tienen una marcada preferencia hacia el estilo Visual (76.8%), que privilegia las imágenes, formas y colores para el aprendizaje, lo que sugiere que el uso de diagramas y recursos multimedia son lo más efectivo para la población. Solo el 23.2% prefiere el estilo Verbal, que privilegia el aprovechamiento de lo textual, como lo son los libros, los artículos y los resúmenes (evidencia en la tabla 8).

7) Los estudiantes tienen una preferencia moderada hacia el estilo Secuencial (60.6%), que privilegia el aprendizaje gradual y progresivo, de lo fundamental a lo especializado. Solo el 39.4% prefiere el estilo Global, que precisa el entendimiento del todo para poder comprender el conocimiento (evidencia en la tabla 9).

8) Se requiere una planeación de la técnica didáctica, en virtud de que solo el 11.6% de las personas en la muestra tienen un estilo balanceado de aprendizaje, es decir, que el estilo de enseñanza que se utilice con ellos no afecta su desempeño. El 88.4% de las personas sí requiere que se utilicen en mayor o menor medida técnicas de enseñanza que aprovechen el estilo de aprendizaje de las personas (evidencia en la tabla 11).

9) Respecto a los datos: a) es necesario que se eliminen valores atípicos; b) se debe eliminar una observación (ID 39) que se puso en evidencia como equivocada; c) se encontró en todos los casos presencia de asimetría positiva y curtosis de tipo leptocúrtica; por lo cual d) las distribuciones de los datos no son normales.

Referencias

- Azanza, M., Giménez, L., Martínez, G., & Mazza, S. (2015). *Uso de transformaciones para el cumplimiento de supuestos de normalidad y homocedasticidad, para modelos lineales*. Corrientes, Argentina.: Universidad Nacional del Nordeste.
- Badii, M., Castillo, J., & Guillén, A. (2008). Tamaño óptimo de la muestra. *InnOvaciOnes de NegOciOs* 5, 53-65.
- Camacho, C. (05 de 02 de 2015). *Coeficiente de correlación lineal de Pearson*. Obtenido de personal.us.es/vararey/adatos2/correlacion.pdf:
personal.us.es/vararey/adatos2/correlacion.pdf
- Clark-Carter, D. (2002). *Investigación cuantitativa en psicología*. México, D.F.: Oxford.
- Felder, R. M. (1996). Matters of style. *ASEE Prism*, 18-23.
- Felder, R. M., & Silverman, L. K. (1988). Learning and teaching styles in engineering education. *Engr. Education* #78, 674-681.
- Figueras, S. M., & Gargallo, P. (10 de 02 de 2015). *5campus.com*. Obtenido de Universidad de Zaragoza: <http://www.5campus.com/lecciones/aed>
- Graf, S., Kinshuk, Zang, Q., Maguire, P., & Shtern, V. (2012). Facilitation learning through dynamic student modelling of learning styles. En P. Isaías, D. Ifenthaler, Kinshuk, D. G. Sampson, & J. M. Spector, *Towards learning and instruction in Web 3.0* (págs. 3-16). New York: Springer.
- Lahura, E. (06 de 02 de 2015). *Pontificia Universidad Católica del Perú*. Obtenido de <http://departamento.pucp.edu.pe/economia/images/documentos/DDD218.pdf>
- Litzinger, T. A., Ha, S., Wise, J. C., & Felder, R. M. (2005). A study of the reliability and validity of the Felder-Soloman index of learning styles. *Proceedings of the 2005 American Society for Engineering Education Annual Conference & Exposition*, 1-16.
- Pardo, A. (2005). *Análisis de datos con SPSS*. Barcelona: McGraw Hill.
- Philbin, M., Meier, E., Huffman, S., & Boverie, P. (1995). A survey of gender and learning styles. *Sex Roles, Vol. 32*, 485-494.
- Ritchey, F. J. (2002). *Estadística para las ciencias sociales*. México, D.F.: McGraw Hill.
- Roberts, M., Winn, P., & Erwin, S. L. (2015). Student-centered, e-Learning Design in a university classroom. En P. Isaías, J. M. Spector, D. Ifenthaler, & D. G. Sampson, *E-Learning systems, environments and approaches* (págs. 229-246). New York: Springer.
- Rodríguez, M. N., & Ruíz, M. Á. (2008). Atenuación de la asimetría y curtosis de las puntuaciones observadas mediante transformaciones de variables: incidencia sobre la estructura factorial. *Psicológica* #29, 205-227.
- Rojo, J. M. (2006). *Análisis descriptivo y exploratorio de datos*. Madrid: Consejo superior de investigaciones científicas.
- Seltman, H. J. (2014). *Experimental design and analysis*. Pittsburgh: Carnegie Mellon University.
- Soloman, B. A., Felder, R. M., & Torregrosa, R. (20 de 01 de 2015). *NC State University*. Obtenido de Cuestionario para determinar el IEA:
http://www.ua.es/dpto/dqino/RTM/Invest_docente/ilsweb_es.html
- Tukey, J. W. (1997). *Exploratory Data Analysis*. New York: Addison-Wesley.



**LA TRASCENDENCIA DE LOS CURSOS DE LOS
PRACTICANTES PROFESIONALES ACADÉMICOS QUE
FORTALECEN AL IMPACTO EN EL DESARROLLO
PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES EN LA FIME, UANL**

*Ing. Francisco Javier Alvarez Tamez
Dr. Juvencio Jaramillo Garza
Ing. Elvia Leticia Vázquez Garza*

Universidad Autónoma de Nuevo León Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica

Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León

Tels. 044-8115274299 / 044-8110216234/ 044-8110662575

*E-mail: javier.alvarez.uanl@gmail.com
jjgaramillo@yahoo.com
leticiaavazquez@hotmail.com*

Todos de nacionalidad mexicana.

Fecha de envío: 16/Abril/2015

Fecha de aceptación: 22/Mayo/2015

Resumen

Se desarrolla una investigación en la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, de la Universidad Autónoma de Nuevo León, relacionado a los Practicantes Profesionales Académicos en donde se encontró que los cursos de capacitación generan una alta satisfacción en un 70% de los encuestados. Además de esto, otro hallazgo que se encontró es que el 51% de los encuestados, siente una alta insatisfacción por la capacitación que desarrolla al realizar sus funciones como Practicante Profesional Académico. Esta investigación tiene como objetivo proponer estrategias que puedan apoyar el área curricular académica formando profesionistas de alto nivel competitivo a través de cursos de capacitación y actividades que impacten directamente en forma favorable en los centros laborales donde se están desempeñando profesionalmente.

Palabras Clave: Competencias, Practicante Profesional Académico, Satisfacción, Habilidades.

Introducción

El programa del Practicante Profesional Académico nace a mediados de los años 70 en la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), cuando se ve la necesidad de tener “auxiliares” para actividades docentes, en las cuáles un estudiante casi a punto de terminar impartía algunas clases como apoyo a su Maestro o Tutor. Posteriormente esas actividades se convirtieron en apoyo docente y administrativo. En los últimos cinco años, a este tipo de personal de apoyo se había conocido como Becarios y finalmente hoy en día se crea la clasificación y el programa para ellos conocido como Practicante Profesional Académico (PPA).

Los PPA, mejor conocidos como “becarios”, son alumnos de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (FIME) y pueden ser parte del programa desde segundo semestre de su carrera universitaria, dedicando cuatro horas en un Departamento Académico y/o Administrativo, recibiendo a cambio becas y un estímulo económico semestral. En el último reporte elaborado del período semestral Agosto – Diciembre del 2014 relacionado a los PPA a través de la Subdirección Administrativa y el Departamento de Capacitación, se identificaron una cantidad considerable de quejas en cuanto al tipo de actividades que desarrollan, en dónde se resalta que los cursos no están orientados a que se genere un amplio desarrollo profesional, ocasionando desmotivación y falta de interés por parte de los PPA.

El problema en concreto de la presente investigación es: *que los cursos de capacitación que se imparten para los Practicantes Profesionales Académicos no generan sustentabilidad*

Existe una gran cantidad de cursos muy completos que pueden fortalecer la formación académica y profesional de los estudiantes que formen parte de este programa y que a su vez, ayudarán a que tengan una mayor cantidad de competencias y habilidades laborales y gerenciales, las cuáles serán muy demandadas por las empresas para tener trabajadores que cumplan con los perfiles adecuados de acuerdo a su licenciatura.

Objetivo de la investigación

Apoyar a la formación académica y profesional de los PPA así como establecer nuevos parámetros y cursos que generen experiencia formativa para el desarrollo integral de los PPA.

Delimitación de la investigación

Este estudio está desarrollado en la FIME de la UANL, para las 9 subdirecciones, en el cual se analiza el periodo de agosto a diciembre de 2014, donde el estudio de caso se centra en los PPA de nivel licenciatura.

Entre las principales preguntas de investigación que nos planteamos, destacan las siguientes:

¿Qué cursos de formación profesional se pueden impartir para la formación integral de los PPA?

¿Las actividades que se realizan en equipo aumentan la competitividad de los PPA?

Marco Teórico

La sociedad actual demanda un profesionista cada vez más competente y con mayores habilidades para la industria pública y privada (González, 2003). Es por ello que los profesionistas que forma La FIME, al igual que toda la UANL, deben desarrollar habilidades y conocimientos que les ayude a afrontar los retos laborales de nivel nacional e internacional.

Además de las metas curriculares, los docentes de cada asignatura deben de plantearse objetivos particulares que garanticen habilidades, conocimientos, capacidades y otros aspectos que contribuirán en la formación y desarrollo de competencias laborales para el futuro del egresado donde a su vez, la red curricular de materias debe actualizarse y perfeccionarse periódicamente con el objetivo de obtener un mejor perfil del egresado (González, 2003).

Todos los planes educativos de la educación superior han sido muy alineados a diferentes protocolos que provocan la delimitación de aquellas habilidades y valores profesionales que deben de ir adquiriendo durante su tránsito por la universidad (Ortiz, 2001), por lo cual hay que hacerles constatar a los directivos y autoridades en materia de educación acerca de la necesidad de implementar estrategias coherentes para la formación y desarrollo integral de los estudiantes durante su estancia en la Universidad (Ortiz, 2001).

Y como parte de las estrategias que conforman la formación extracurricular fuera del aula, en la FIME UANL se encuentra el programa de PPA. Este programa busca que los estudiantes puedan adquirir habilidades y competencias que les puedan servir para desenvolverse y adaptarse mejor en el ámbito empresarial.

Competencias y Habilidades

Según la UNESCO en 1996 las competencias y habilidades son un conjunto de comportamientos sociales, afectivos y habilidades cognoscitivas que permiten llevar a cabo adecuadamente un desempeño, actividad o tarea. Por lo cual, el programa que se está implementando en la FIME busca precisamente este conjunto de destrezas en los estudiantes que sean PPA.

Por ejemplo, entre las competencias más comunes que las empresas solicitan de los profesionales en escuelas de ingeniería están las comunicativas (asociadas al uso eficiente del idioma y a las relaciones interpersonales), el conjunto de habilidades profesionales específicas de su profesión, así como los conocimientos en materia de ingeniería más recientes.

Por lo general, los PPA se encuentran en constante contacto y relación con diferentes coordinaciones y departamentos de la FIME UANL, actividad la cual desarrolla en ellos la habilidad de poderse comunicar y relacionarse con otros alumnos, maestros e incluso con directivos y autoridades universitarias, donde de hecho de acuerdo a algunos estudios en el campo de la comunicación han subrayado la importancia de aplicar destrezas o habilidades relacionadas con el liderazgo para mejorar el trabajo de los profesionales y ayudarles a participar con éxito en la toma estratégica de decisiones (Maureira, 2006).

Entre los cursos más importantes que se siguen impartiendo por los resultados positivos que han dado, destacan los siguientes; liderazgo, solución de conflictos, redacción de documentos ejecutivos, coaching empresarial y emocional, hablar ante público, entre otros.

Liderazgo en los PPA

Un buen profesionista en las empresas cumple entre otros requisitos, el de tener capacidades y cualidades de liderazgo muy bien definidas. En este contexto, la efectividad o ineffectividad de una organización está en gran medida determinada por la calidad de sus líderes (Maureira, 2006). Es indispensable que un líder posea habilidades comunicativas lo cual le va a permitir tener éxito profesional, una buena imagen y un favorable futuro en su desarrollo profesional en las organizaciones (Moreno, 2013).

Solución de Conflictos

Los conflictos forman parte de las relaciones humanas, según (Ruiz, 2012) el conflicto es un proceso visto desde la dimensión interpersonal, al considerar la implicación de dos o más individuos que mantienen diferencias ante alguna situación. Es por ello que en la FIME UANL podemos hacer extensiva a los departamentos la necesidad de revisar los diferentes conflictos presentes en cada coordinación y departamento así como sus modalidades de resolución que se hacen indispensables para superarlos.

Por ello a los conflictos hay que admitirlos como parte de la vida cotidiana de las instituciones y como un elemento más de la responsabilidad de la comunidad educativa, es decir, un aspecto y no un impedimento de cualquier grupo social y del ser humano, la importancia fundamental radica en la “habilidad” para aprovechar el conflicto y transformarlo en una oportunidad para mejorar a partir del mismo.

Emprendedurismo en el PPA

La cultura emprendedora es otra cualidad también de suma importancia que se trata de desarrollar en los PPA, según (Guerrero, 2014) una cultura emprendedora depende de

factores externos como la posibilidad económica, el acceso a la financiación y la valoración social del emprendimiento, en la que los medios de comunicación cumplen una importante función. Pero, igualmente, dicha cultura está asociada a ciertos factores personales como, por ejemplo, la actitud hacia el riesgo, el desarrollo de la creatividad y de la autonomía y el autocontrol, entre otros factores más que hacen del estudiante un emprendedor nato.

Satisfacción Laboral

Es evidente que este programa nace en base a la necesidad de atender a todas las quejas e inquietudes de los PPA que hasta este momento han sido PPA de apoyo. Todo esto ocasiona una alta insatisfacción laboral en los PPA que actualmente forman parte de la FIME UANL. Según Boada y Tous (1993), la satisfacción laboral, es comprendida como un factor que determina el grado de bienestar que un individuo experimenta en su trabajo, se está convirtiendo en un problema central para la investigación de la organización y es uno de los ámbitos de la calidad de vida laboral que ha captado mayor interés.

Entre algunas de las inquietudes que existen por parte de los estudiantes que son PPA, externan, por ejemplo, que al sacar copias, traer los alimentos de los profesores o incluso el realizar llamadas telefónicas no les ayuda en su desarrollo profesional; el programa es precisamente lo que busca replantear, que a través de cursos, capacitaciones y todo un coaching semestral de parte de expertos en el área y también los directivos de la Facultad se logre transmitir a los PPA que se puede sacar hasta el mayor provecho a cualquier situación que por áreas se presenten en las actividades diarias de los PPA.

Método

Selección de la Muestra

Para Definir el tamaño de la muestra, según la literatura de Sampieri, usamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{K^2 pqN}{(e^2(N - 1)) + K^2 pq}$$

Muestra

Actualmente tenemos un universo de 222 PPA en las diferentes áreas de la FIME, UANL.

Aplicamos de una forma aleatoria 141 encuestas.

VARIABLES

La variable independiente es curso de capacitación y la variable dependiente es competitividad laboral.

Descripción	Nomenclatura	Cantidad
Tamaño de la población	N	222 (universo)
Tamaño de la muestra	N	141
Nivel de confianza	K	1.96 (confiabilidad 95%)
Error muestral deseado	E	5% (nivel de error)
Proporción de individuos que poseen en la población las características de estudio	P	0.5
Proporción de individuos que no poseen en la población las características de estudio	Q	0.5 (1- 0.5)

Tabla 1 Datos de la investigación

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

Una vez desarrollada la fórmula, nos da un tamaño de muestra de 141 encuestas.

Técnica estadística Empleada

Se utilizará la estadística descriptiva mediante la técnica de gráficas lineales.

Software para Procesamiento de Datos

Para el análisis de los datos se empleó Excel 2013

Hipótesis de la investigación

A mayor cantidad de cursos de capacitación de los PPA, existirá mayor competitividad en su centro laboral.

Resultados

Enseguida se muestran los resultados obtenidos de los 141 estudiantes encuestados en esta investigación. Dichos resultados se van a presentar en una escala de Likert con la siguiente escala: el 5 es muy satisfecho, 4 satisfecho, 3 neutro, 2 insatisfecho y 1 muy insatisfecho.

En la **Figura 1** se muestra que el 70% de los estudiantes encuestados se sienten muy satisfechos al recibir los cursos de capacitación, el 19% se siente satisfecho, el 8% están en un punto neutro, 2% se siente insatisfecho mientras que el 1% está muy insatisfecho.

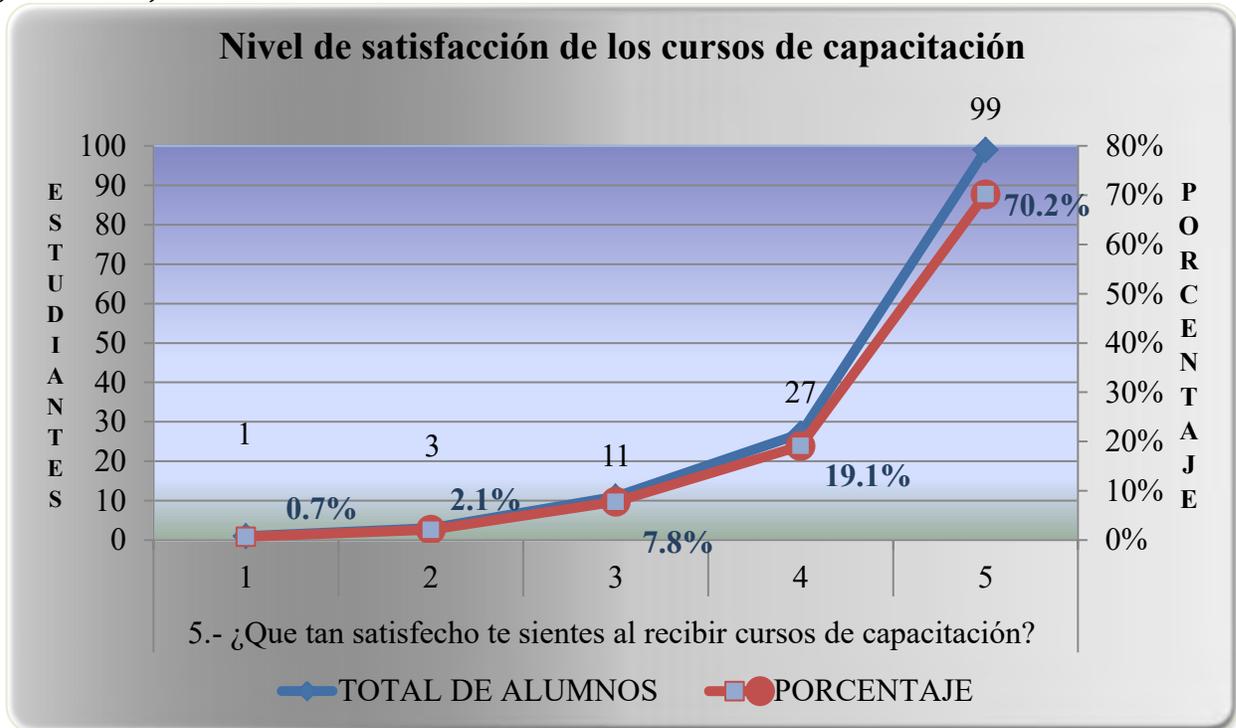


Figura 1

A los entrevistados se les preguntó si estaban de acuerdo con la capacitación que recibían en sus diferentes áreas y departamentos, esto con el fin de identificar que habilidades y competencias desarrollan al capacitarse desempeñando sus funciones como PPA. Un 15 % de los encuestados están muy satisfechos con la capacitación que reciben en sus áreas, un 13% satisfechos, neutrales están el 20% de los encuestados, mientras que un 30% y 21% de los PPA encuestados se encuentran insatisfechos y muy insatisfechos respectivamente. Esto se describe en la **Figura 2**.

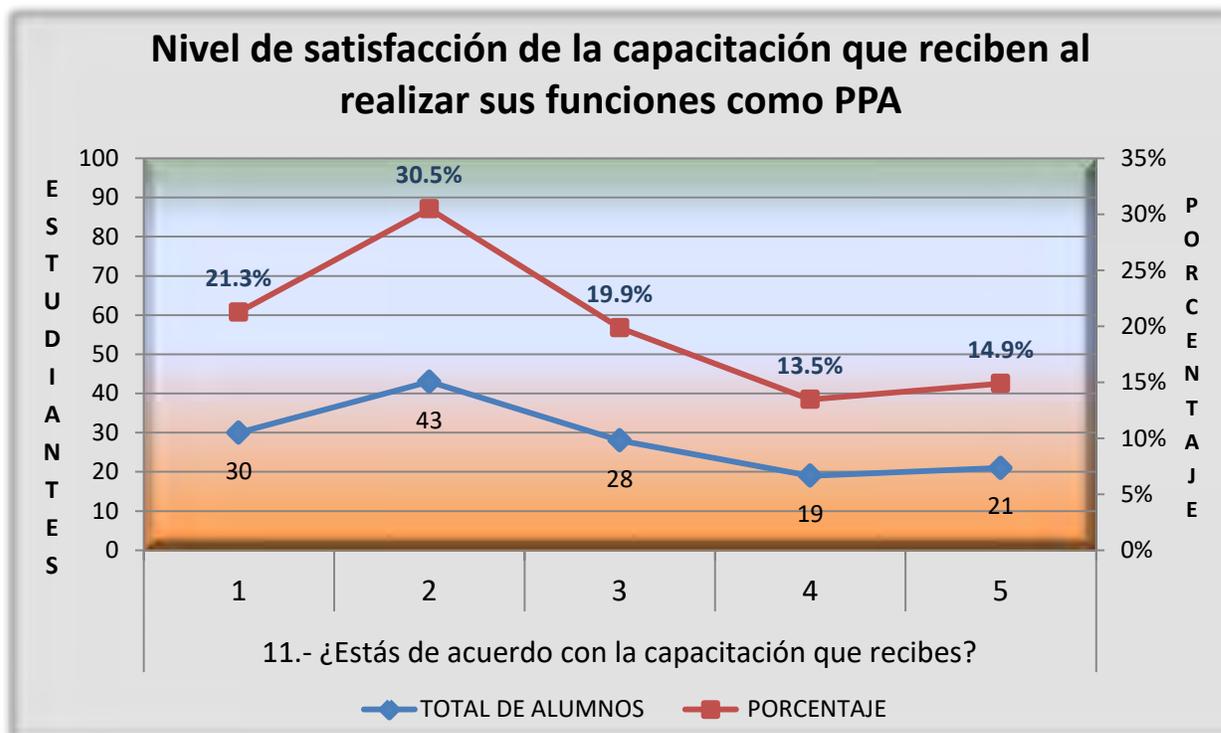


Figura 2

En la **figura 3** se muestra que el 29% de los estudiantes encuestados se sienten muy satisfechos considerando el trabajo en equipo como una competencia laboral que les permite conseguir mejores empleos, el 28% se siente satisfecho, el 20% están en un punto neutro, 13% se siente insatisfecho mientras que el 10% está muy insatisfecho.

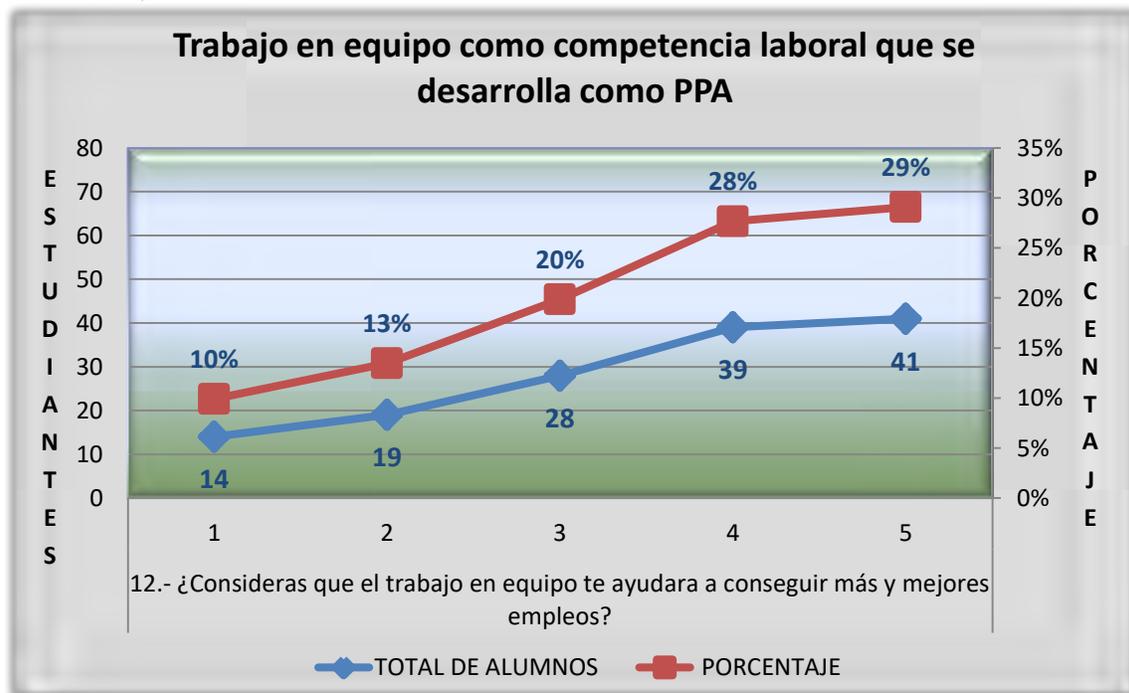


Figura 3

Conclusiones

La hipótesis propuesta es aceptada. Como se observa en la gráfica 1, que los Practicantes Profesionales Académicos reciban cursos de capacitación extra curriculares que son de formación integral y profesional tienen a un 70% de esos PPA muy satisfechos. Esto de acuerdo a la pregunta 5 y 11 de nuestro cuestionario. Además, se cumple con el objetivo general ya que vemos que estos cursos fortalecen mucho las competencias laborales de los PPA, en los que se encuentran cursos de liderazgo, solución de conflictos, redacción de documentos ejecutivos, coaching empresarial y emocional, hablar ante público, entre otros. Por otra parte, las preguntas de investigación planteadas previamente fueron abordadas.

Recomendaciones

Entre las recomendaciones que analizamos identificamos que se realicen investigaciones más exhaustivas y completas dentro del entorno de la FIME y de la UANL.

También consideramos pertinente el permitir al PPA que lo requiera, participar al menos durante un mes en un área diferente, esto con el fin de encontrar el perfil ideal con respecto a sus intereses y fortalezas profesionales.

Bibliografía

Bernal-Guerrero Antonio y Ramón Cárdenas Antonio (2014), □ “*La formación de emprendedores en la escuela y su repercusión en el ámbito personal. Una investigación narrativa centrada en el Programa EME*”, *Revista Española de Pedagogía*; 72(257):125-144.

Boada, J y Tous, J (1993). Escalas de satisfacción laboral: una perspectiva dimensional. *Revista de Psicología, Universidad Tarraconensis*, 15,2, 151-166.

Chiang Vega, Maria M., Nelly M. Gómez Fuentealba, y Carlos M. Salazar Botello. "Satisfacción laboral y estilos de liderazgo en instituciones públicas y privadas de educación en Chile." *Cuadernos de Administración* 30.52 (2014): 65+. *Academic OneFile*. Web. 8 Mar. 2015.

URL

<http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA400529638&v=2.1&u=uanl1&it=r&p=AONE&sw=w&asid=8ba3b2aba9405c8b4bc622705834a088>

Guerrero, Eloisa, et al. "El síndrome del quemado, modos de afrontamiento del estrés y salud mental en profesores no universitarios." *Behavioral Psychology/Psicología Conductual* 19.3 (2011): 557+. *Academic OneFile*. Web. 8 Mar. 2015.

URL

<http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA314254348&v=2.1&u=uanl1&it=r&p=AONE&sw=w&asid=f50a42390f933561ddb0973a9f059a80>

González Haramboure, Roberto. "Perfeccionamiento curricular de la asignatura de Educación Física universitaria, para potenciar su efecto complementario dentro de la formación profesional del futuro egresado." *Revista Cubana de Educación Superior* (2003). *Academic OneFile*. Web. 8 Mar. 2015.

URL

<http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA146790872&v=2.1&u=uanl1&it=r&p=AONE&sw=w&asid=a5aad5f5b092b7a5fed16692082f5ef7>

Moreno María de los Ángeles, Navarro Cristina, Humanes María Luisa (2013), "El liderazgo en relaciones públicas y gestión de comunicación. Análisis cuantitativo de los factores de liderazgo en el sector en España"

1 Universidad Rey Juan Carlos, España.
mariaangeles.moreno@urjc.es.

2 Universidad Rey Juan Carlos, España.
cristina.navarro@urjc.es.

3 Universidad Rey Juan Carlos, España
marialuisa.humanes@urjc.es.

Recibido: 2013-06-23 / Envío a pares: 2013-06-25 / Aprobado por pares: 2013-07-10 /
Aceptado: 2014-02-14

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1
 Julio 2014 - Junio 2015
 DOI: <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2014.17.3.16>

Murillo Torrecilla y F. Javier (2006), “*Una Dirección Escolar para el Cambio: del Liderazgo Transformacional al Liderazgo Distribuido*”, REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, vol. 4, núm. 4e, 2006, pp. 11-24 Red Iberoamericana de Investigación Sobre Cambio y Eficacia Escolar Madrid, España

Ortiz Torres, Emilio. "Competencias y valores profesionales." *Pedagogía Universitaria* 6.2 (2001): 59+. *Academic OneFile*. Web. 8 Mar. 2015.

ANEXO I

ENCUESTA SOBRE ACTIVIDADES DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS PRACTICANTES PROFESIONALES ACADÉMICOS EN LA FIME UANL

Edad:
Sexo:
Semestre:
Departamento donde labora:

La Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de la UANL a través de la Subdirección Administrativa, está desarrollando una investigación sobre el desarrollo integral y profesional de los Practicantes Profesionales Académicos (PPA). Este estudio no tiene carácter comercial, por lo que le garantizamos el anonimato de los datos que le solicitamos. Le pedimos por favor que conteste a todas las preguntas que aparecen en el cuestionario.

En cada una de las preguntas siguientes, rodee con un círculo el número que mejor se adecúe a su opinión sobre la importancia del asunto en cuestión. La escala que aparece encima de los números refleja las diferentes opiniones.

Pregunta	Escala de importancia				
	Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Neutro	Satisfecho	Muy satisfecho
1.-Que tan satisfecho te sientes con las actividades que desempeñas actualmente como PPA?	1	2	3	4	5
2.- ¿Que tan satisfecho te sientes al realizar revisión de exámenes?	1	2	3	4	5
3.-Que tan satisfecho te sientes al aplicar un examen a un grupo?	1	2	3	4	5
4.- ¿Que tan satisfecho te sientes al redactar documentos para asistir a tu superior?	1	2	3	4	5
5.- ¿Que tan satisfecho te sientes al recibir cursos de capacitación?	1	2	3	4	5
6.- ¿Que tan satisfecho te sientes al darle seguimiento a los proyectos de tu subdirección?	1	2	3	4	5
7.- ¿Que tan satisfecho te sientes al realizar llamadas telefónicas a otros Maestros o Departamentos?	1	2	3	4	5
8.- ¿Que tan satisfecho te sientes al apoyar a los profesores a la creación de manuales didácticos?	1	2	3	4	5
9.- ¿Que tan satisfecho te sientes al realizar manuales de procedimientos administrativos?	1	2	3	4	5
10.- ¿Sientes que desarrollas habilidades y competencias que te servirán para tu futuro profesional?	1	2	3	4	5
11.- ¿Estás de acuerdo con la capacitación que desarrollas al realizar tus funciones como PPA?	1	2	3	4	5
12.- ¿Consideras que el trabajo en equipo te ayudara a conseguir más y mejores empleos?	1	2	3	4	5
13.- ¿Crees que tu nivel de liderazgo aumenta al participar en este tipo de actividades como el ser un PPA?	1	2	3	4	5
14.- ¿Consideras que la generación de proyectos realizados en el programa de PPA te ayudarán a ser más innovador en el sector industrial y empresarial?	1	2	3	4	5
15.- ¿Crees que la experiencia que adquieres sobre solución de conflictos laborales es la adecuada?	1	2	3	4	5
16.- ¿Consideras pertinente que este tipo de programas se implementen en todas las facultades?	1	2	3	4	5



**FACTORES PERSONALES, FAMILIARES, ESCOLARES,
CULTURALES Y SOCIALES CORRELACIONADOS CON EL
RENDIMIENTO ACADÉMICO: ESTUDIO EN ALUMNOS DE LA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE LA UANL.**

Autores:

M.R.H. Ana Gisela Patricia Garza Páez

Institución de adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración

*Dirección: Lomas de Vallecillo # 313, Col. Las Puentes 2° sector, San Nicolás de los
Garza, Nuevo León*

Correo electrónico: patygarza15@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Dr. José Segoviano Hernández

Institución de adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración

*Dirección: Lomas de Vallecillo # 313, Col. Las Puentes 2° sector, San Nicolás de los
Garza, Nuevo León*

Correo electrónico: jose_segoviano01@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 25/Mayo/2015

Resumen

El rendimiento académico es un elemento relevante para la educación debido a que manifiesta el nivel de conocimientos que presenta un alumno en un área determinada. El objetivo del estudio fue identificar si el rendimiento académico (promedio de calificaciones) está relacionado con factores personales, familiares, escolares, culturales y sociales, y también con los programas educativos y los programas de entretenimiento y otras variables como el ingreso familiar, uso de la biblioteca y el consumo de medios. La muestra se conformó por 205 estudiantes de segundo semestre (85 hombres y 120 mujeres). Los participantes con edades que oscilan entre los 17 y 24 años que cursan la Licenciatura en Administración de la Facultad de Contaduría Pública y Administración, de la UANL. Los resultados indican que 6 de las 26 variables resultaron con correlación significativa: competencia cultural, alfabetización, competencia social, motivación intrínseca, estrategias de aprendizaje y hábitos de estudio.

Palabras clave: Rendimiento académico, hábitos de estudio, motivación, capital cultural y social, programas culturales y de entretenimiento

Introducción

Un gran número de investigaciones han sido realizadas con la intención de identificar los factores que influyen en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios. Investigadores como Contreras, Caballero, Palacio & Pérez (2008) consideran que el “fracaso académico es un problema que afrontan los estudiantes que presentan un rendimiento académico deficiente, lo cual los lleva en poco tiempo a desertar o son expulsados del sistema educativo” (p. 110), por lo que el fracaso escolar, resulta “fundamental para las instituciones de educación superior en su direccionamiento estratégico puesto que el compromiso con la formación de profesionales implica una evaluación constante de los procesos pedagógicos que propicie la integridad en su proyecto educativo y el ejercicio de la autonomía en la comunidad académica” (Torres, Tolosa, Urrea & Monsalve, 2009, p.15).

Por esta razón resulta importante tanto para los alumnos como para las universidades, identificar los diversos factores que pueden influir en el rendimiento académico de los universitarios. Este estudio de correlación, está enfocado en los alumnos de la licenciatura en Administración de segundo semestre de la Facultad de Contaduría Pública y Administración, de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Marco Teórico

El rendimiento escolar de acuerdo con Torres y Rodríguez (2006) es el nivel de conocimientos que un alumno puede demostrar para una materia o área del conocimiento, comparados con una norma como son la edad y el nivel académico. Las calificaciones son una de las variables más utilizadas por los investigadores para aproximarse al rendimiento académico (Edel, 2003). La inteligencia es un buen predictor del rendimiento escolar (Castejón & Vera, 1996; Castejón & Pérez, 1998), Sin embargo, las correlaciones que se han obtenido han sido moderadas, lo que muestra que las aptitudes intelectuales pueden estar influidas por otros factores como los familiares, escolares, sociales y culturales. (Torres & Rodríguez, 2006; Almeida, Guisande, Primi & Lemos, 2008). En la opinión de los psicólogos, la inteligencia general predice algunos aspectos del rendimiento escolar, y tal inteligencia justifica aproximadamente el 10-20% de tal rendimiento, dejando que otros factores expliquen el 80-90% restante. “Por tanto, hay ciertamente espacio para que la Inteligencia Emocional prediga una porción de tal realización. Hablando de una forma más general, un simple factor de personalidad explica sólo una pequeña porción de los éxitos en la vida, incluso una contribución del 10% de la Inteligencia Emocional sería considerada muy grande” (Mayer & Salovey, citados por Arboleda & Cabrera, 2000, p. 5).

La motivación es un constructo psicológico también asociada con el rendimiento académico que consiste en interacciones recíprocas entre tres componentes que se presentan en la clase: a) el contexto de la clase, b) los sentimientos y creencias de los alumnos sobre su propia motivación y c) los comportamientos observables de los alumnos (Pintrich, citado por Anaya-Durand & Anaya-Huertas, 2010). La motivación de acuerdo con Ospina (2006) es el motor del aprendizaje; es como una chispa que enciende e

incentiva el desarrollo del proceso de aprendizaje y que esta motivación puede provenir de manera intrínseca o extrínseca, la primera se origina en el propio sujeto, está relacionada con el interés, la satisfacción y el placer que se obtiene en el desarrollo de la misma; la segunda proviene fuera del sujeto y es la que conduce a la ejecución de la tarea con el propósito de obtener algún reconocimiento o evitar castigo o alguna consecuencia negativa (Anaya-Durand & Anaya-Huertas, 2010; Sánchez-Oliva, Leo, Amado, González-Ponce & García-Calvo, 2012; Mercado y Niño, 2012).

Investigadores han encontrado que los estudiantes no tienen competencias para organizar su tiempo para estudiar, en ocasiones debido a que trabajan o porque se ocupan en actividades de ocio y entretenimiento (Torres & Rodríguez, 2006; Marcén & Martínez-Caraballo, 2012), como también por la falta de técnicas de estudio, como no saber leer y extraer las ideas importantes de un texto, elaborar mapas conceptuales o cuadros sinópticos. En relación a ello, Grajales (2002) encontró que los alumnos que participan en programas de hábitos de estudio obtienen mejores resultados que sus compañeros que no participan. Boza y de la O Toscano (2012), identificó que las estrategias más utilizadas por los estudiantes son “los contenidos relevantes, las anotaciones y el uso de conocimientos previos. Valores medios alcanzan las estrategias de síntesis, uso de fuentes adecuadas, recursos alternativos y materiales complementarios, así como la realización de lecturas globales y otras lecturas ajenas al contenido del aprendizaje” (p. 133).

La familia es otro factor relacionado con el rendimiento académico, investigaciones al respecto tiene antecedentes en la década de los 80, en Estados Unidos con los estudios de Coleman (Méndez-Ramírez, 2011) y en Francia con las obras de Bourdieu (Reay, 2004; Gaddis, 2013) y posteriormente los efectos de la familia, como el nivel de educación de los

padres y su estatus socioeconómico, han obtenido correlaciones positivas con el desempeño académico de sus hijos (DiMaggio 1985; Cervini 2001, Cervini 2002), así mismo la escolaridad de los padres, aunque resultados de investigación muestran, desde la perspectiva estadística, baja relación significativa “sin que haya diferencia notable en el promedio de los alumnos, e incluso cabe mencionar que han obtenido promedios ligeramente superiores aquellos alumnos cuyos padres no cuentan con estudios de licenciatura” (Izar, Ynzunza & López, 2011, p. 15). En este mismo contexto familiar, investigadores consideran importante observar la relación de los resultados académicos con los problemas familiares de los alumnos, a través de la percepción positiva o negativa que los alumnos tienen sobre todo el apoyo que ellos reciben, principalmente de sus padres, su preocupación por ellos, las expectativas de los padres sobre los estudios de sus hijos, el interés por sus tareas y la comunicación que mantiene con ellos, (Torres & Rodríguez 2006; Moreno & Chauta, 2012). Estudios al respecto, como el de De Gaff (2000), describen que los padres que cuentan con mayores estudios, son padres que leen con mayor frecuencia y están más informados del funcionamiento de sus hijos en la escuela.

El papel del docente ha sido ampliamente relacionado con el rendimiento académico de los alumnos, en la actualidad, con la influencia de los cambios en las políticas educativas internacionales, como el caso del proyecto Tuning y la declaración de Bolonia de 1999, los cuales traen grandes retos para las universidades y los docentes (Cano, Berbén, Fernández, Gea & Díaz, 2014), al plantear un intento de mejora de la calidad formativa de los estudiantes, lo que implica un cambio en los profesores, (Cañabate, Aymerich, Falgas y Gras, 2014), debido a que la transmisión de conocimientos del profesor al estudiante ahora debe combinarse con otras metodologías docentes y actividades para ejercitar las

competencias definidas y abordadas en los programas de estudio, lo que ha llevado a la generación de estudios para demostrar la eficacia de los métodos utilizados en el aula para la adquisición de competencias y para reconocer la importancia que tiene esta evaluación por competencia para los alumnos y que les asegure capacitación para su futuro profesional (Delgado, et al., citado por Martín-Peña, Díaz-Garrido & del Barrio, 2012), en razón de que su papel “es que los alumnos aprendan y acrediten las materias; así, su objetivo no es reprobado sino capacitar y promover el desarrollo de los alumnos que tiene a su cargo” (Torres & Rodríguez, 2006, p. 257), de tal forma que el cambio en las metodologías docentes “implica también una evolución en la figura del estudiante, que pasa de ser una figura dependiente, receptiva, pasiva e individual con respecto al proceso educativo a otra más autónoma, participativa, grupal y comprometida con los procesos de aprendizaje (Barrachina et al., 2009; Murillo, 2003)” (Cañabate, Aymerich, Falgas y Gras, 2014, p. 429).

Por otra parte, en el rendimiento académico, como se ha mostrado, son varias los factores tanto personales como familiares y escolares los que evidencian su impacto en él, a este respecto, una propuesta teórica basada en las características socio-familiares y de clase social a la que pertenecen los alumnos es abordada por Bourdieu (Mújica, Guido & Gutiérrez, 2012).

En la obra de Bourdieu (1986) define tres tipos de capital: económico, social y cultural, y se puede presentar en forma monetaria o no monetaria: como el caso del capital económico, el cual es inmediatamente convertible en dinero y puede ser institucionalizado bajo la forma de los derechos de propiedad; como capital cultural, que se puede convertir, bajo ciertas condiciones, en capital económico y puede ser institucionalizado en la forma de

calificaciones educacionales; y como capital social, constituido por obligaciones, el cual es convertible, en ciertas condiciones, en capital económico y puede ser institucionalizado bajo la forma de los títulos académicos (Rodríguez, 2006; Edgerton, Roberts, & Peter, 2013). Cada uno de estos capitales requiere, y es el producto de una inversión y cada uno puede asegurar un retorno de esa inversión (Reay, 2004). Para Bourdieu el capital social es un conjunto de recursos reales o potenciales que están vinculados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento mutuo y reconocimiento (Bourdieu, 1986), que se utiliza como una herramienta para producir o reproducir la desigualdad a través de las conexiones con la gente en posiciones poderosas (Reay, 2004; Pishghadama & Khajavy, 2013) y que a diferencia del capital económico y cultural que se encuentra en posesión de las personas, el capital social está asociado a la pertenencia a grupos sociales, y se basa en un conjunto de relaciones sociales (Cervini, 2002; De la Peña, 2014). En el contexto de Bourdieu, los anteriormente mencionados, son tres formas diferentes en las que se puede presentar el capital y no tres capitales diferentes (Rodríguez, 2006). La noción de capital cultural en Bordieu es un instrumento para la apropiación de una riqueza simbólica, socialmente designada como valiosa para ser buscada y poseída (Mújica, Guido, & Gutiérrez, 2012; Fernández, 2013). De acuerdo con Bourdieu, la escuela no es el único lugar de formación, sino que se ve enriquecida con diferentes instituciones de difusión cultural, como las bibliotecas, los museos, los cines, las orquestas, los parques temáticos, las casas de cultura, las escuelas de teatro, las casas de literatura o poesía, entre otras (Peña, 2009). La formación escolar es considerada como el pilar fundamental para el crecimiento de una sociedad, pero es necesario que ésta, pueda capitalizar también lo aprendido fuera del entorno del aula, en este sentido el museo es un

ejemplo de herramienta útil para la educación formal, es una valiosa experiencia al servicio de la educación (Bosch, 2000; Arriaga, 2011).

Las bibliotecas universitarias se enfrentan también actualmente con el reto de demostrar su contribución a los objetivos institucionales y buscan pruebas contemporáneas que les permitan manifestar asociaciones entre el uso de la biblioteca y los logros académicos sobre la base de que el mayor uso de la biblioteca, puede conducir a una mejor integración y retención de los estudiantes (Soria, Fransen, & Nackerud, 2013; Haddow, 2013; Soria, Fransen, & Nackerud, 2014) y que los estudiantes que obtienen mayores calificaciones son los que leen más, solicitan más préstamos de libros y/o que acceden a los recursos electrónicos (Soria, et al, 2014).

Otros factores también asociados con el éxito académico de los alumnos, son los pertenecientes a medios de comunicación y son ellos tema de gran interés de los educadores por sus contenidos culturales y de entretenimiento. Actualmente, debido a los cambios generados por las tecnologías de información y comunicación son constantemente investigados, entre los temas más estudiados sobresale el uso de la televisión (Espinoza, 2009) y en la actualidad destacan el uso de los medios basados en la informática (Martínez, Cabecinhas, Loscertales, 2011). Algunos de estos medios, han arrojado resultados con asociación negativa con el rendimiento académico, como son la afición a video juegos (Burgess, Stermer, & Burgess, 2012), al Facebook (Park, Song, & Lee, 2014), al uso de celulares y mensajes de texto (Froese, Carpenter, Inman, Schooley, Barnes, Brecht, & Chacon, 2012), para Waterson (2011) estos dispositivos o servicios pueden tomar una ventaja de los fuertes impulsos psicológicos que alimentan la distracción en línea, si los académicos los logran orientar hacia metas positivas (Waterston, 2011), considerando que

en la actualidad los jóvenes prefieren las actividades que dependen de múltiples tareas como la mensajería instantánea y actividades de entretenimiento a las actividades culturales que requieren concentración como la lectura (Levine, Waite & Bowman, 2007).

Como se mencionó anteriormente, una cantidad considerable de investigación se ha centrado en la relación del rendimiento académico con diversos factores, el propósito de esta investigación es identificar si el rendimiento académico está relacionado con factores personales, familiares, escolares, culturales y sociales, y también con los programas educativos y los programas de entretenimiento y otras variables como el ingreso familiar, uso de la biblioteca y el consumo de medios.

Método

Participantes. La muestra la conformaron 205 estudiantes de segundo semestre de la Licenciatura en Administración, de la Universidad Autónoma de Nuevo León, de los cuales 85 fueron hombres y 120 mujeres (41% de hombres y 59% de mujeres). Se seleccionó el segundo semestre con el fin de que los alumnos tuvieran un promedio de calificaciones de un semestre anterior y para evitar que la escuela pueda influir sobre los alumnos en el caso de semestres más avanzados.

Instrumentos. Se construyó un cuestionario de 116 ítems, el cual se elaboró de los cuestionarios de Pishghadam et. al (2011), Torres & Rodríguez (2006) y el de Fernández (2009), véase tabla 1.

Tabla 1. Cuestionarios empleados en el estudio

Autor	Nombre	Total de Ítems	Ítems utilizados
Pishghadam et. al (2011)	Cuestionario "Social and Cultural Capital Questionnaire (SCCQ).	42	42
Torres & Rodriguez (2006)	Rendimiento escolar y contexto familiar.	28	5
Fernández (2009).	Cuestionario de Autorregulación del Aprendizaje	14	7
Otras variables incluidas*	-	-	62

* Otras variables incluidas por los autores de este estudio.

El cuestionario elaborado aborda 4 áreas con los siguientes factores:

Factores personales: Motivación intrínseca, motivación extrínseca, inteligencia, hábitos de estudio, estrategias de aprendizaje y autorregulación del aprendizaje.

Factores familiares: Capital cultural y problemas familiares.

Factores escolares: Metodologías utilizadas por los docentes, uso de la biblioteca.

Factores culturales y sociales: Capital social (competencia social, solidaridad social, extraversión), Capital cultural (alfabetización, competencia cultural), Programas culturales y Programas de entretenimiento.

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

Otras variables incluidas fueron: los estudios del padre, los estudios de la madre, el ingreso familiar, la exposición a medios: ver televisión, leer prensa escrita, leer prensa digital por internet, escuchar la radio, leer revistas de información, navegar en internet, asistir al cine.

La consistencia interna del cuestionario se realizó a través de la prueba Alfa de Cronbach, la tabla 2, muestra los valores obtenidos en la aplicación del cuestionario, todas superiores a .600, excepto los factores extraversión, problemas familiares y uso de la biblioteca.

Tabla 2. Validación de la consistencia interna del cuestionario (alfas)

Variable	Alfa de Cronbach
Programas de Medios Culturales	.853
Programas de Medios Entretenimiento	.686
Competencia cultural	.728
Alfabetización	.766
Competencia social	.885
Solidaridad social	.772
Extraversión	.482
Motivación intrínseca	.728
Motivación extrínseca	.680
Inteligencia	.697
Hábitos de estudio	.698
Estrategias de aprendizaje	.689
Autorregulación del aprendizaje	.629
Problemas familiares	.573
Metodologías utilizadas por los docentes	.805
Uso de la biblioteca	.374

Fuente: Elaboración propia.

Los participantes podían elegir para contestar a cada ítem del cuestionario, entre 5 posibilidades, para el cuestionario: “Estoy en total desacuerdo”, “Estoy en desacuerdo”, “No estoy ni de acuerdo ni en desacuerdo”, “Estoy de acuerdo”, “Estoy totalmente de acuerdo”. Para los estudios del padre y la madre: “Sin estudios/Primaria”, “Secundaria”. “Preparatoria (media superior)”, “Carrera Técnica”, “Licenciatura”, “Posgrado (maestría y doctorado)”. Para el ingreso familiar: “Mucho menor a \$9,000.00”, “Menor a \$9,000.00”,

“Aproximadamente \$9,000.00”, “Mayor a \$9,000.00”, “Mucho mayor a \$9,000.00”. Uso de Biblioteca: “Una vez al semestre o menos”, “Una vez al mes”, “una vez a la quincena”, “Una vez a la semana”, “Todos o casi todos los días”. Consumo de medios, programas culturales y de entretenimiento: “Nada”, “Poco”, “Algo”, “Mucho”, “Bastante”.

Procedimiento. El trabajo de campo se desarrolló durante el mes de marzo de 2015, la aplicación del cuestionario se realizó en las aulas de la Facultad de Contaduría Pública y Administración, de la UANL. Para este trabajo se utilizó el paquete estadístico SPSS 19.0, en el que se aplicaron las Pruebas de Pearson.

Resultados

En la tabla 3 se presentan las medias y las desviaciones típicas de los factores y variables del estudio. La media del promedio de las calificaciones y variable dependiente del estudio, resultó de 83.5. Dos variables, navegar en internet y problemas familiares, resultaron con valores de la media superiores a 4, en una escala de 5 puntos. Los valores más bajos se observan en los estudios del padre y de la madre, ver televisión, leer prensa escrita, escuchar la radio, leer revistas de información, el uso de la biblioteca y consumo de programas culturales, competencia cultural y alfabetización.

Tabla 3. Medias y desviaciones típicas

Factores/variables	Media	Desviación típica
Estudios del padre	2.4049	1.38514
Estudios de la madre	2.2098	1.28715
Ver televisión	2.9366	1.00532
Leer prensa escrita	2.2390	.83222
Leer prensa digital	3.1268	1.13479
Escuchar la radio	2.3512	1.07264
Leer revistas de información	2.1951	.98567
Navegar en internet	4.5463	.64477
Asistir al cine	3.1805	.96589
Ingreso familiar	3.0000	1.32102
Uso de biblioteca	2.4829	.86515
Programas culturales	2.2459	.72546
Programas entretenimiento	3.0732	.71852
Competencia cultural	2.6614	.66995
Alfabetización	2.9617	.78251
Competencia social	3.5456	.69251
Solidaridad social	3.9007	.56550
Extraversión	3.8408	.98808
Motivación intrínseca	3.8474	.55646
Estrategias de aprendizaje	3.5415	.62687
Inteligencia	3.7449	.59221
Problemas familiares	4.2104	.62979
Motivación extrínseca	3.0355	.80338
Hábitos de estudio	3.6890	.67205
Metodología docente	3.6723	.70229
Autorregulación del aprendizaje	3.5829	.55803
Promedio (variable dependiente)	83.5535	7.86535

Nota. El tamaño de la muestra es de 205 (N= 205). La escala utilizada es tipo Likert de 5 puntos, excepto la variable promedio que se midió en escala de 0 a 100. Elaboración propia.

Posteriormente se aplicó la prueba de Pearson con el fin de detectar las correlaciones significativas de las 26 variables independientes con el promedio de las calificaciones (rendimiento académico) determinada como variable dependiente. La tabla 4 muestra los resultados de las correlaciones significativas, en donde se observa que solo 6 de las variables resultaron significativas: competencia cultural, alfabetización, competencia social, motivación intrínseca, estrategias de aprendizaje y hábitos de estudio.

Tabla 4. Correlaciones con el promedio de las calificaciones

Factores/variables	Correlación de Pearson
Estudios del padre	.020
Estudios de la madre	-.014
Ver televisión	-.025
Leer prensa escrita	-.087
Leer prensa digital	.002
Escuchar la radio	.090
Leer revistas de información	.026
Navegar en internet	.009
Asistir al cine	-.079
Ingreso familiar	-.005
Uso de biblioteca	.029
Programas culturales	-.056
Programas entretenimiento	-.015
Competencia cultural	.149*
Alfabetización	.223**
Competencia social	.156*
Solidaridad social	.136
Extraversión	.036
Motivación intrínseca	.196**
Estrategias de aprendizaje	.224**
Inteligencia	.134
Problemas familiares	.101
Motivación extrínseca	-.106
Hábitos de estudio	.197**
Metodología docente	.050
Autorregulación del aprendizaje	.089

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Los resultados del estudio muestran que las calificaciones de los alumnos son regulares (83.5), y junto a ello se puede inferir que es debido a que sus padres tienen estudios que oscilan entre preparatoria (media superior) y carrera técnica, hacen poco uso de la biblioteca y prefieren navegar en internet, leer prensa digital y también prefieren los programas de entretenimiento a los programas culturales, por lo que es consistente con el bajo resultado de competencia cultural y de alfabetización que corresponden a conceptos como el gusto por la lectura, el grado de inducción a la lectura de parte de sus padres, conocimientos sobre literatura, las visitas a los museos y el uso y dominio de la lengua. Por otra parte, no se observa que presenten problemas familiares, por lo cual se infiere que tienen padres que se preocupan y los apoyan pero que no tienen elementos de capital cultural que los ayuden a mejorar su rendimiento y coincide este resultado también con Levine et. al (2007) en cuanto a que prefieren las actividades de entretenimiento a las que tienen que ver con la lectura y con lo expuesto por De Graaf et al. (2000), que menciona que los alumnos con padres con mayor nivel educativo, están más informados del funcionamiento de sus hijos en la escuela y los alumnos de las actividades de la misma.

En el estudio de correlación, de las 6 variables que resultaron significativas, tres de ellas corresponden a aspectos personales del alumno (motivación intrínseca, estrategias de aprendizaje, hábitos de estudio) y las restantes a aspectos de capital cultural y social (competencia cultural, alfabetización y solidaridad social), coinciden con los resultados de Mercado y Niño (2012) respecto que la motivación intrínseca a diferencia de la extrínseca, si se relaciona con el rendimiento académico y con el estudio de Boza y de la O Toscano

al resultar significativas requieren de mayor apoyo por parte de los programas de estudio y de los docentes para desarrollar herramientas que les permitan mejorar sus resultados académicos. No se encontró evidencia para las restantes variables del estudio, como los estudios de los padres y el ingreso familiar, variables que con frecuencia en la literatura, se encuentran correlacionadas en los estudios de rendimiento académico.

Los resultados de correlación, muestran características específicas de estos alumnos que seguramente serán diferentes a los de otras carreras, por lo que sería conveniente verificarlo en estudios posteriores.

Bibliografía

- Almeida, L. S., Guisande, M. A., Primi, R., & Lemos, G. (2008). Contribuciones del factor general y de los factores específicos en la relación entre inteligencia y rendimiento escolar. *European Journal of Education and Psychology*, 1(3), 5-16.
- Anaya-Durand, A. & Anaya-Huertas, C. (2010). ¿Motivar para aprobar o para aprender? Estrategias de motivación del aprendizaje para los estudiantes. *Tecnología, Ciencia, Educación*, 25(1), 5-14.
- Arboleda, C. A. & Cabrera Dokú, K. (2000). El corazón del rendimiento académico. *Psicología desde el Caribe*, 5, 1-29.
- Arriaga, A. (2011). Desarrollo del rol educativo del museo: narrativas y tendencias educativas. *Revista Digital do LAV*, 4(7). Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337027039002>.
- Burgess, S. P., Stermer, S. P., & Burgess, M.C. R. (2012). Video game playing and academic performance in college students. *College Student Journal*, 46(2), 376-387.
- Bosch, S. (2000). El museo como educador. *Biblios*, 2(6), 1-4.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In: J. G. Richardson (ed.), *Handbook for theory and research for the sociology of education*. New York: Greenwood Press. pp. 241-258.
- Boza Carreño, Á. & de la O Toscano Cruz, M. (2012). Motivos, actitudes y estrategias de aprendizaje: aprendizaje motivado en alumnos universitarios. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 16(1), 125-142.
- Cano, F., Berbén, A. B.G., Fernández, M., Gea, M. & Díaz, M. (2014). Metodología docente en las universidades europeas: la percepción de los Erasmus. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 18(1). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/567/56730662018.pdf>.
- Cañabate Ortiz, Dolores; Aymerich Andreu, Maria; Falgàs Isern, Margarida; Gras Pérez, M. Eugenia (2014). Metodologías docentes. Motivación y aprendizaje percibidos por los estudiantes universitarios. *EDUCAR*, vol. 50, núm. 2, julio-diciembre, 2014, pp. 427-441.
- Castejón, C., Pérez, S. (1998). Un modelo causal-explicativo sobre la influencia de las variables psicosociales en el rendimiento académico. En: *Revista Bordon. Sociedad Española de Pedagogía*. 2(50), 170-184.
- Castejón, J.L. y Vera, M.I. (1996). A causal model about the individual and contextual determinants of academic achievement. *The High School Journal*, 80, 1, 20-29.
- Cervini, R. (2001). "Participación familiar y logro académico del alumno, informe presentado a UNICEF-Argentina. http://www.pedagogica.edu.co/storage/rce/articulos/43_07inve.pdf.
- Cervini, R. (2002). Desigualdades en el logro académico y reproducción cultural en Argentina. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 7(16). 445-500.
- Contreras, K., Caballero, C., Palacio, J., Pérez, A. (2008). Factores asociados al fracaso académico en estudiantes universitarios de Barranquilla (Colombia). *Psicología desde el Caribe*, 22, pp. 110 – 135.
- De Graaf, N. D., De Graaf, P. M., & Kraaykamp, G. (2000). Parental Cultural Capital and Educational Attainment in the Netherlands: A Refinement of the Cultural Capital Perspective. *Sociology of Education*, 73(1), 92–111.

- De la Peña García, A. (2014). Social Capital, Culture and Theories of Development. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, núm. 18, enero-abril, 2014, pp. 217-239.
- DiMaggio, P., Mohr, J. (1985). Cultural capital, educational attainment, and marital selection. *American Journal of Sociology*, 90(6), 1231–1261.
- Edel Navarro, R. (2003). El rendimiento académico: concepto, investigación y desarrollo. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 1(2). Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/551/55110208.pdf>.
- Edgerton, J. D. Roberts, L. W., & Peter, T. (2013). Disparities in Academic Achievement: Assessing the Role of Habitus and Practice. *Soc Indic Res*, 114, 303–322. DOI 10.1007/s11205-012-0147-0
- Espinoza, F. (2009). Using Project-Based Data in Physics to Examine Television Viewing in Relation to Student Performance in Science. *Journal of Science Education Technology*, 18(5), 458–465. DOI 10.1007/s10956-009-9163-5.
- Froese, A. D., Carpenter, C. N., Inman, D. A., Schooley, J. R. Barnes, R. B., Brecht, P.W., Chacon, J. D. (2012). Efects classroom cell phone, Use on expected and actual learning. *College Student Journal*, 46(2), 323-332.
- Gaddis, S. M. (2013). The influence of habitus in the relationship between cultural capital and academic achievement. *Social Science Research*, 42, 1–13.
- Grajales, T. (2002). Hábitos de estudio de estudiantes universitarios. Informe de investigación del Centro de Investigación Educativa, Universidad de Morelia, México, consultado de <http://www.tgrajales.net/habitosdeestudio.pdf>.
- Haddow, G. (2013). Academic library use and student retention: A quantitative analysis. *Library & Information Science Research*, 35(2), 127–136. doi:10.1016/j.lisr.2012.12.002.
- Izar Landeta, J. M., Ynzunza Cortés, C. B., & López Gama, H. (2011). Factores que afectan el desempeño académico de los estudiantes de nivel superior en Rioverde, San Luis Potosí, México. *CPU-e, Revista de Investigación Educativa*, 12, 1-18.
- Levine, L. E., Waite, B. M., & Bowman, L. L. (2007). Electronic Media Use, Reading, and Academic Distractibility in College Youth. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(4), 560-566. Doi:10.1089/cpb.2007.9990.
- Marcén, M. & Martínez-Caraballo, N. (2012). Gestión eficiente del tiempo de los universitarios: evidencias para estudiantes de primer curso de la Universidad de Zaragoza. *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 22(43), 117-130.
- Martín-Peña, M., Díaz-Garrido, E. & del Barrio Izquierdo, L. (2012). Metodología docente y evaluación por competencias: una experiencia en la materia Dirección de Producción. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(3), 237-247 .
- Martínez, R.; Cabecinhas, R.; Loscertales, F. (2011). University Senior Students on the Web. (English). *Comunicar*. 18(37), 89-95.
- Mercado T. & Niño, C. (2012). Factores académicos y personales asociados al rendimiento académico de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Sucre. *Zona próxima*, 16, 54 – 67.

- Moreno Méndez, J. H., Chauta Rozo, L. C. (2012). Funcionalidad familiar, conductas externalizadas y rendimiento académico en un grupo de adolescentes de la ciudad de Bogotá. *Psychologia. Avances de la disciplina*, 6,(1), 155-166.
- Mújica Sarmiento, A., Guido García, P., & Gutiérrez Martínez, R. E. (2012). Factores motivacionales y de capital cultural que inciden en el comportamiento lector en estudiantes mexicanos de nivel medio superior de diferentes estrato social. *Acta Colombiana de Psicología*, 15 (1), 21-31.
- Ospina Rodríguez, J. (2006). La motivación, motor del aprendizaje. *Revista Ciencias de la Salud*, 4, 158-160.
- Park, N., Song, H., & Lee, K. (2014). TI Social networking sites and other media use, acculturation stress, and psychological well-being among East Asian college students in the United States. *Computers in Human Behavior*. 36, 138-146. DOI 10.1016/j.chb.2014.03.037.
- Peña Collazos, W. (2009). La violencia simbólica como reproducción biopolítica del poder. *Revista Latinoamericana de Bioética*, 9(2), 62-75.
- Pishghadama, R., & Khajavy, G. H. (2013). Sociological and Psychological Model of Foreign Language Achievement: Examining Social/Cultural Capital and Cognitive/Metacognitive Aspects. *Iranian Journal of Applied Linguistics*, 16(1), 129-144.
- Reay, D. (2004). Education and Cultural Capital: The Implications of Changing Trends in Education Policies. *Cultural Trends* Vol. 13(2), 73-86-
- Rodríguez, P. G. (2006). Sentidos y usos de la noción de capital social en relación con la sociedad civil. *e-l@tina. Revista electrónica de estudios latinoamericanos*, 5(17). 49-66. Disponible en: <http://iigg.sociales.uba.ar/files/2011/06/elatina17.pdf>.
- Sánchez-Oliva, D.; Leo Marcos, F. M., Amado Alonso, D., González-Ponce, I., García-Calvo, T. (2012). Desarrollo de un cuestionario para valorar la motivación en educación física. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 7(2), 227- 250.
- Soria; K. M., Fransen, J., & Nackerud, S. (2013). Library use and undergraduate student outcomes: New evidence for students' retention and academic success. *portal: Libraries and the Academy*, 13(2):147-164.
- Soria; K. M., Fransen, J., & Nackerud, S. (2014). Stacks, Serials, Search Engines, and Students' Success: First-Year Undergraduate Students' Library Use, Academic Achievement, and Retention. *Journal of Academic Librarianship*, 40(1):84-91.
- Torres Narváez, M. Tolosa Guzmán, I., Urrea González, M., & Monsalve Robayo, A. (2009). Hábitos de estudio vs fracaso académico. *Revista educación*, 33(2), 15-24.
- Torres Velázquez, L. E. & Rodríguez Soriano, N. Y. (2006). Rendimiento Académico y contexto familiar en estudiantes universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 11(2), 255-270.
- Waterston, M. L. (2011). The Techno-Brain. *Generations*. 35(2), 77-82.



¿QUÉ APRENDEN NUESTROS ESTUDIANTES EN EL EXTRANJERO? UN ESTUDIO DE CASO

Claudia Dörfer, Dipl. Päd.
Universidad Autónoma de Nuevo León, FACPYA
claudia.doerfer@uanl.edu.mx
Nacionalidad: alemana

María de Jesús Araiza Vázquez, PhD
Universidad Autónoma de Nuevo León, FACPYA
mariaaraizavz@uanl.edu.mx
Nacionalidad: mexicana

Francisco Javier Jardines Garza, PhD
Universidad Autónoma de Nuevo León, FACPYA
francisco.jardinesg@uanl.mx
Nacionalidad: mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 07/Mayo/2015

RESUMEN

El trabajo parte de un proyecto de investigación sobre movilidad estudiantil, presentando aquí resultados con estudiantes de Licenciatura en las carreras de Contador Público, Negocios Internacionales y Tecnologías de Información. En este estudio de caso se describen las emociones experimentadas durante y después de una estancia en el extranjero y los vínculos con el aprendizaje en estudiantes del nivel superior. Por su enfoque cualitativo en la tradición fenomenológico-hermenéutica, el estudio parte de las aportaciones por las estudiantes, obtenidas mediante entrevistas e informes por escrito. Se pretende dar respuestas a preguntas como: ¿Los estudiantes manifiestan un cambio en su conciencia cultural, influyendo en su aprendizaje autodirigido y el desarrollo personal?, ¿Hay indicio alguno para el logro en el aprendizaje intercultural? El trabajo contribuye a replantear los procesos formativos, en donde se incluyan apoyos curriculares hacia el

PALABRAS CLAVE: Aprendizaje; Conciencia intercultural; Emociones; Movilidad

INTRODUCCIÓN

El objetivo de la participación en programas de movilidad es doble: Desde un punto de vista institucional, los programas de movilidad prometen una importante contribución a la internacionalización de las universidades en general y de las facultades en particular. Por otro lado, visto desde una perspectiva individual, los programas de movilidad tienen por objeto etapas formativas de desarrollo en el participante individual. Por ejemplo, se ofrecen a los estudiantes estas oportunidades para ampliar conocimientos profesionales, así como las habilidades interculturales, lingüísticas, para integrarlos en su futura actividad profesional.

Para la efectividad de los programas de movilidad existen hallazgos empíricos en aspectos generales como es el aprendizaje, y en específico relacionados con las emociones que experimentan los estudiantes durante una participación en un programa de movilidad. Son aquellas emociones que permiten o impiden el aprendizaje autodirigido en un contexto intercultural y puedan determinar el éxito o no de una estancia en el extranjero. Una visión general de la literatura disponible demuestra que los efectos más importantes de los programas de movilidad en las personas pueden ser detectadas en el desarrollo integral de la personalidad y habilidades de lenguaje, así como la sensibilidad intercultural de los participantes. Desde una perspectiva individual, el estudio en el extranjero representa una oportunidad de aprendizaje, que abarca el desarrollo de la experiencia intercultural, de la sensibilidad hacia la propia y la otra cultura, de las habilidades lingüísticas, la visión del

mundo cambia y se amplía, así como la reflexión y conciencia cultural aumenta, además se detectó una mayor apreciación de su propia cultura. (De Wit, H.: 2005; Didou Aupetit, S.: 2010; Gacel-Ávila, J.: 2012)

El trabajo aquí presentado es una parte de un estudio más complejo con duración de tres años. Por tal motivo se incluyen únicamente los datos relacionados con el objetivo que abarca el congreso: investigación en escuelas y facultades de negocios. Para tal efecto este trabajo se basa en una revisión conceptual de literatura sobre la importancia de las emociones para el aprendizaje y se busca explorar el vínculo de las emociones experimentadas con el aprendizaje intercultural de los participantes de carreras de negocios y administrativas en un programa de movilidad en universidades europeas.

MARCO TEÓRICO

Los participantes en un programa de movilidad se ubican en este espacio intercultural, en donde sus interacciones y modos de comunicación se alejan de un entorno habitual y pisan un terreno desconocido. "Cada paso de mi interpretación del mundo se basa en un momento dado en un balance de la experiencia anterior, tanto mis propias experiencias inmediatas, así como las experiencias que se transmiten a mí de mis semejantes y sobre todo de mis padres, maestros, y así sucesivamente " (Schütz, A.; Luckmann, T., 2003: 33)

Conceptos del enfoque fenomenológico-hermenéutico

La investigación cualitativa de estos enfoques se basa en pensamientos teóricos, en donde la descripción del mundo de la vida ayudará en la comprensión de lo que se toma por

descontado culturalmente, las formas y estrategias de actuar, para reconocer las estructuras y patrones de la reproducción social (Flick: 2000, 106).

Conceptos de aprendizaje cognoscitivo, intercultural y autodirigido

Para el concepto de aprendizaje intercultural lo anterior expresado es importante, porque es el estudiante quién adquiere una mayor conciencia para el contexto conocido y desconocido. En término de M.J. Bennett el aprendizaje intercultural es: “Acquiring increased awareness of subjective cultural context (world view), including one’s own, and developing greater ability to interact sensitively and competently across cultural contexts as both an immediate and long-term effect of exchange” (Bennett, 2009: 2).

Es la conciencia que permite también el aprendizaje autodirigido. Este concepto con muy diversas definiciones está en los discursos educativos desde los años setenta del siglo pasado. Para fines del estudio la definición de término se orienta en M.S. Knowles. El autor propone que se entiende como aprendizaje autodirigido: “a process in which individuals take the initiative, with or without the help of others, in diagnosing their learning needs, formulating their learning goals, identifying human and material resources for learning, choosing and implementing appropriate learning strategies, and evaluating learning outcomes” (Knowles, 1975: 18). El concepto de aprendizaje autodirigido muestra una alta parte en autodeterminación y autocontrol. Se basa en el supuesto de que el aprendiz determina el proceso como objetivo de aprendizaje, tiempo, lugar, contenido, métodos y apoyo.

Ambos conceptos requieren de la conciencia y motivación de sus actores para actuar en un contexto cultural determinado. Es aquí, en un contexto foráneo, en donde el estudiante con un autoconcepto independiente usa sus competencias adquiridas, en donde aplica estrategias aprendidas de manera autónoma. Esto implica que el participante en un intercambio dispone de autoconfianza, autoseguridad, autorrespeto y autoaceptación, una autoestima positiva como componente afectiva, para enfrentar situaciones en ámbitos desconocidos. Lo que mueve o frena al ser humano son sus motivos y emociones. Esas fuerzas que muevan a la persona se desarrollan de manera implícita, y no de la misma manera para todos, sino dependen de las experiencias vividas en un entorno estimulante y reforzante. Las experiencias estimulantes influyen de manera positiva en la disposición y capacidad para el aprendizaje. (Arnold, 2005: 1; Siecke, 2007: 40)

Es J. Mestenhauser, quien menciona los ajustes cognitivos de los participantes en programas de movilidad en el extranjero (Mestenhauser, 1998: 3-7). El autor enumera 13 ajustes cognitivos específicos: capacidad de reconocer las diferencias; la comprensión de las diferencias entre el pensamiento emic y etic; capacidad de reconocer un vacío de conocimiento; capacidad de comunicación intercultural; capacidad de reconocer conocimiento faltante; capacidad de pensamiento comparativo; capacidad de cambio de auto-percepción; capacidad de saber cómo comparar el propio país; poseer conocimiento de otros países; poseer habilidades diagnósticas; entender la diferenciación; capacidad de reconocer las tendencias de otras culturas; comprensión de la complejidad cognitiva y la integración cognitiva. Además de experimentar las limitaciones en sus propios mapas cognoscitivos, descubren, en otras palabras, que su sistema educativo no los ha preparado para algunas de las cosas que se enfrentan, y que existen muchas cosas de las que no son

conscientes. El resultado es la incertidumbre y la inseguridad, los cuales tienen consecuencias cognitivas y afectivas (con respecto a la toma de decisiones y el pensamiento crítico)" (Mestenhauser, 1998: 3)

Mediante un mecanismo de defensa, la inhibición, se logra proteger el autoconcepto ante un estímulo inexplorado, hasta tal grado que impide a la persona desenvolverse en una cultura desconocida. Por eso es importante concientizar a la persona de estos mecanismos de defensa, para minimizar la inhibición y poder avanzar en los procesos de aprendizaje y de desarrollo (Trejo, 2011: 113).

Emociones y aprendizaje

Básicamente existen diferentes teorías y conceptos acerca de las emociones. Cada una de ellas dispone de un punto de vista particular respecto a la reflexión de la realidad. Las teorías más antiguas distinguen emociones primarias (por ejemplo miedo, la ira, la alegría, la tristeza, la confianza, el asco, la anticipación, sorpresa) y las emociones secundarias, que se consideran como una mezcla de emociones primarias. También se supone una estrecha relación entre la emoción y la cognición, así como la motivación y el comportamiento (Siecke, 2010). En el trabajo de Siecke (2007) con referencia a Holodynski y Friedlmeier (1999) se encuentra una clasificación de tres grupos de paradigmas de emociones, los cuales son: a) conceptos estructuralistas, b) funcionalistas y c) los contextuales.

El paradigma funcionalista es la opinión dominante hoy en día. Sin embargo el estudio se orienta en el paradigma contextual, porque este concepto parte del constructivismo social. Este concepto toma en cuenta que las emociones no sólo son experiencias personales específicas, sino que tienen sus raíces en la cultura. Cada individuo tiene que transformarlas en algo personal e intrapsíquico durante el proceso de socialización. Las

emociones y las formas de su regulación se construyen en las interacciones en conjunto con otras personas. Por ejemplo los sentimientos pueden estar sujetos a reglas, que a su vez están incorporadas en las normas y expectativas sociales. (Siecke, 2010: 33; Hochschild, 1990)

Para el proceso de aprendizaje autodirigido se admite también la presencia de sentimientos sujetos a reglas. Aquellas reglas tienen lugar en una determinada cultura de aprendizaje, que se caracteriza por normas, valores, actitudes y comportamientos de un grupo de personas. Las reglas están involucradas en, por ejemplo, las manifestaciones implícitas o explícitas, sabidurías cotidianas, imperativos morales o exigencias que influyen en el comportamiento y experiencia emocional del estudiante. Pueden estar presentes estas reglas en los materiales y apoyos de aprendizaje como consejos, al igual pueden ser transmitidas en una institución educativa o en una empresa (Siecke, 2007).

Al momento de acercarse a otra cultura, uno recibe estímulos ajenos de la propia cultura, lo que implica organizarlos en un sistema de creencias y valores distintos a lo conocido. Esto requiere de comprender y situarse en una escala de valores ajenos, pues, medir y valorar con una 'escala propia' de la cultura ajena. Requiere también entenderse a sí mismo en su historia personal, además de reconocer su propia cultura en su historia social, con las creencias, valores y normas. Sin embargo parece ser lo menos común que suceda al entrar en contacto con alguna cultura extranjera, porque demanda un trabajo racional y emocional muy intenso (Trejo, 2011: 110).

MÉTODO

Enfoque y objetivo del estudio

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

Este trabajo es de enfoque mixto, con una parte predominante cualitativa, la cual trata de documentar diferentes realidades vividas en el extranjero y cómo impactan estas experiencias en las vidas académicas y personales de los estudiantes.

Se parte de la suposición de que los estudiantes son sujetos activos dentro de los subsistemas culturales, educativos, y sociales.

Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles motivaciones muestran los estudiantes para el intercambio estudiantil?
2. ¿Cómo influyen las emociones experimentadas en el aprendizaje?
3. ¿Se muestran indicios para el logro de aprendizaje intercultural?
4. ¿Manifiestan los estudiantes un cambio en su conciencia cultural?

Participantes

Estudiantes universitarios de nivel licenciatura, participantes en programas de movilidad estudiantil de la Facultad de Contaduría Pública y Administración en Alemania, España, Francia, Italia con una muestra no probabilística de 45 estudiantes (100%), de los cuales se invitan a participar y reportar sus experiencias 23 estudiantes (51,1%). De este grupo responden 20 estudiantes (44,4%) a la invitación, 11 mujeres (55%) y 9 hombres (45%). La edad de los participantes se encuentra entre 19 y 20 años, de 5º y 6º semestre de carrera.

El proyecto consta de tres fases, en donde se reportan las experiencias antes, durante y después del intercambio. La participación varía respecto a las aportaciones y por el regreso de encuestas, las cuales en la fase dos se enviaron hacia al extranjero en el período de agosto del 2013 a febrero del 2014. Se cuenta con 68 documentos en total.

Instrumentos

Encuestas con preguntas abiertas en las diferentes fases del estudio, y entrevista breve no sincronizada por correo electrónico en la fase dos y tres. Esta forma permite que los participantes reflexionen sobre las preguntas, que a veces incomodan a responder en la entrevista cara a cara (Egan, J., 2008: 245).

Procesamiento de información

Análisis de contenido y de discurso.

Limitaciones

La investigación se limita a un estudio de caso, en el cual la cantidad de sujetos está limitada a un grupo pequeño de 20 estudiantes y específico desde su formación. Así la viabilidad de los datos solo se puede calificar en base de las experiencias de este grupo de estudiantes y como aquellos logran orientarse y actuar en el mundo. Las limitaciones además se observan en la obtención de datos y su interpretación.

En el siguiente apartado se presentarán extractos de los resultados más representativos respecto al planteamiento: explorar las motivaciones, las emociones experimentadas y su vínculo con el aprendizaje intercultural de los estudiantes de un intercambio en universidades europeas.

RESULTADOS

a) Motivación para el estudio en el extranjero

La participación en un programa de intercambio sin duda es para muchos estudiantes la parte más conmovedora durante la carrera, viendo al futuro profesional, como lo expresa una estudiante: “Este intercambio significa una oportunidad para crecer en todos los aspectos, que ayuda a adquirir nuevos conocimientos, académica y culturalmente. También hoy en día, la competencia se vuelve

más exigente, y tenemos que estar más preparados para asumir retos y desarrollarnos en una experiencia internacional. (A04).

También de los deseos ambiciosos personales sale una fuente motivadora para la participación en estos programas, como lo comenta otro estudiante que su aspiración era ampliar sus conocimientos culturales: "...expandir mi red de contactos alrededor del mundo, ya que gracias a Dios tenía la oportunidad de venir a una escuela en la cual más del 30 % de los estudiantes eran de 38 o más países, lo cual me daría una gran oportunidad de conocer gente de todos los continentes de la tierra y poder beneficiarme en manera tanto personal como profesional" (F08).

Otra estudiante comenta de sus expectativas para el intercambio, aparte de conocer otra cultura y estilo de vida, es salirse de una acomodada vida cotidiana y experimentar cierta emancipación: "... también un punto importante es independizarme un poco, en el sentido que estando lejos de mi familia y de la comodidad que uno suele tener cuando lo tiene todo al menos de una forma sencilla como lo es teniendo a la familia; deseo poder viajar, conocer diferente culturas fuera de la cultura italiana; compartir [...] un poco de la cultura mexicana" (I17).

Tabla 1. Motivaciones para el intercambio (extracto)

DIMENSIONES	Mujeres n	Hombres n	Σ
Aprendizaje del idioma	4	7	11
Adquisición de conocimiento cultural	11	9	20
Visión a futuro profesional	2	3	5
Adaptación cultural	2		2

Fuente propia

b) Nivel académico y las técnicas de enseñanza-aprendizaje

Menciona una estudiante que "...estoy cursando materias de maestría, así que me informé al respecto. Aquí las maestrías duran sólo 1 año y tienen menos contenido que las materias en México, pero a pesar de tener menos contenido, el contenido es muy rico en enseñanza y los profesores se toman el tiempo para explicar cada uno de los aspectos de cada tema. En un mes de clase hemos visto sólo 3 temas en cada una de las materias, cuando en México ya llevaríamos vistos unos 5 temas o quizás más. Pero sin embargo el énfasis en cada tema es mayor y las clases son más personalizadas" (E01). El extracto muestra una diferencia entre los niveles académicos que existen por ejemplo en España y en México, como es la duración de estudios al nivel pregrado de licenciatura o bachelor y al nivel posgrado de maestría o master. En el caso de la estudiante no le resultó difícil el acoplamiento al cursar una materia en un nivel superior, en maestría, a pesar de estar en séptimo semestre de su carrera de pregrado.

Respecto a la interacción entre los estudiantes resulta interesante la organización de trabajo en equipo para lograr un objetivo en común, como lo ha vivido otra estudiante en Francia:

"En la escuela todos los trabajos que realizamos fueron en equipo. Hicimos un trabajo final por materia. Me di cuenta que acá se acostumbra hacer muchas juntas de equipo para cada trabajo. En estas nos pusimos de acuerdo en persona para todo lo relacionado con el trabajo desde ponerse de acuerdo en el tema, hasta revisar el trabajo final en lugar de dividirlo todo por Internet. Me pareció muy bien trabajar de esta manera ya que se sintió el verdadero trabajo en equipo, y es parte de la experiencia de convivir y trabajar con alumnos internacionales (F015).

Preguntando por el trabajo académico y qué más se le complica, responde una estudiante lo siguiente: "La materia que encuentro un poco más complicada es Finanzas, ya que es mucho material, por lo que tendré que empezar a prepararme con mucho tiempo de anticipación para el examen final y también para el proyecto. Si tuviera que comparar mi trabajo académico con el de México, creo que es un poco más atareado el ritmo en la universidad alemana, pero me gusta mucho, ya que estoy en una universidad con un

nivel académico muy bueno (A04). En este caso la estudiante se da cuenta de que el estudio resulta más profundo al prepararse con anticipación y eso es algo desconocido para ella, a pesar de un muy buen nivel académico y lingüístico que tiene.

También relata otra estudiante la dificultad del nivel de comprensión: “Hay una materia que en lo personal me hace sentir como si nunca hubiera estudiado una carrera, mi fuerte no es finanzas, y esta materia Investment Banking para mí fue un dolor de cabeza, es decir, las clases se basaban en que el profesor hablaba y hablaba de temas que en verdad entendía solo un 10% del total, aún no tengo examen pero me siento de lo más nerviosa ya que para acabarla el examen será oral; espero estar preparada para ese entonces” (I016).

Al estar cursando una materia que requiere más dedicación de lo que suele invertir la estudiante, el nivel de estrés aumenta y causa esas síntomas. Además te encuentra ante un examen oral, situación que en su carrera profesional en la universidad de procedencia no le ha tocado vivir. Este tipo de exámenes no están programados en el plan de estudios de su carrera. Aquí se muestra la falta en la preparación de la cultura académica que resulta diferente por ejemplo en Alemania e Italia a la de México.

c) *Capacidad de autoevaluación y emociones experimentadas*

En qué medida los participantes llegan a una evaluación de sus capacidades y logros, qué aprendieron en el tiempo estando fuera de su país, esto se pretende demostrar. Impactan en las descripciones de los estudiantes de haber logrado organizar su vida de manera independiente y responsable, llegando a un nivel de emanciparse como persona, incluyendo el manejo de tiempo y dinero, de orientarse en lo que quieren lograr en su vida y lo que tienen que hacer por lo pronto, para cumplir lo que se les encomienda. Aumentan el nivel

de conciencia para los diferentes momentos de sobre su vida. Llegan momentos de pensar al futuro, los pasos que tomar. En seguida algunos extractos de los relatos:

”... me doy el tiempo de reflexionar por qué estoy aquí, lo que soy, qué es lo que realmente quiero, pero sobretodo lograr todo lo que quiero, principalmente después de este gran logro, que al principio me costó algunos sacrificios este intercambio, como dejar mi trabajo, pero que al final uno piensa que es para bien, y son oportunidades que tal vez más adelante en la vida no podría tener una similar; también siento un crecimiento en el sentido de valorizar lo que se tiene, sea mucho o poco ” (I016).

Admite la misma estudiantes que la participación en el intercambio le marcó en lo emocional, impacto que por varios estudiantes no está admitido:”...uno de mis deseos era independizarme un poco, al menos podría decir que en lo emocional, y claro en este aspecto siento un gran cambio, un crecimiento emocional que la verdad me impacta; me parecen pocos meses los que he estado aquí y ha sido grande este paso, puedo decir que al estar en momentos solas...” (I016).

Comenta otra estudiante de sus logros de organizarse: “Siento que en el tiempo que llevo en Francia, he aprendido a organizar mi tiempo y dinero mejor y que por lo mismo me he vuelto más responsable (F015)”.

d) *Cambio en la conciencia cultural*

Al enfrentarse con una cultura diferente hay momentos que impactan tanto, que las emociones vividas pueden impactar en el desarrollo personal al darse cuenta de lo encubierto de la persona. Como expresa un estudiante: “En cuanto a mi forma de ver el mundo esto sí ha cambiado mucho, siempre pensé que era una persona muy abierta a cosas nuevas, pero me he dado cuenta que no. Muchas cosas aun me sorprenden cosas que ni me imaginaria, pero son cosas pequeñas, como la diversidad en el significado de libertad no es lo mismo para un francés que un mexicano o marroquí. La diversidad cultural es algo que se tiene que aprender.” (F021).

Otra estudiante expresa su cambio en la conciencia para cambiar un hábito de estudio:

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

También, puedo decir ahora que cambió un poco mi manera de estudiar ya que ahora lo hago con más días de anticipación porque estoy consciente del enorme contenido que vendrá en el examen, cuando allá en México estoy acostumbrada a hacerlo un día antes” (F020).

Admite la misma estudiante un cambio en su conciencia personal y ambiental, al darse cuenta de haber madurado y logrado responsabilizarse de su vida diaria:

“Como persona, he observado varios cambios. Aparte de ser responsable y puntual en la escuela, también se convirtió en un hábito diario para al momento de salir y hacer mis cosas. Otra cosa es que me volví más independiente, esto gracias a que tengo que hacer las cosas por mi cuenta, pagar la renta, ir al banco, cocinar, limpiar, administrar mi tiempo y mi dinero, lavar, etc. un montón de cosas que no estaba acostumbrada a hacerlo allá y aquí he aprendido a hacerlo. También me he vuelto más sana ya que aquí camino siempre para llegar a todo y también ya lo convertí en un hábito, te das cuenta que uno [no] necesita del carro para hacer toda tu vida diaria y me gusta porque he agarrado cariño a la ciudad y todo al momento de caminar.” (F020, [CD]).

CONCLUSIÓN

Con el presente trabajo se trata de documentar algunas de las diferentes realidades vividas en el extranjero y cómo impactan estas experiencias en las vidas académicas y personales de los estudiantes de las carreras Contador Público, Licenciado en Negocios Internacionales y Licenciado en Tecnologías de Información. Se muestra, que los estudiantes participantes en programas de intercambio estudiantil manifiestan una conciencia cultural cambiada, al igual un aumento en el desarrollo personal. La participación en un programa de movilidad acrecienta el avance en el aprendizaje cognoscitivo, autodirigido, intercultural. Los resultados aunque extraídos del estudio completo pueden estructurarse bajo los siguientes tópicos:

- 1) Factores personales como el aumento de la autonomía personal y superación académica, cambios en el autoconcepto, aumento de nivel de tolerancia, la planeación económica, capacidad de convivencia, aspectos positivos y negativos de la experiencia y aumento de nivel de frustración cuando las expectativas no se orientaron en la realidad y la autoimagen no fue tan realista antes de salir al extranjero. La soledad en los momentos de tristeza, el conocimiento de la propia lengua y cultura, al igual la realización de un sueño permiten a los participantes cambios en el autoconcepto apoyando al crecimiento personal.
- 2) Factor educativo como el aprendizaje cognoscitivo, autodirigido e intercultural.
- 3) Factor académico como la duración de los estudios al nivel licenciatura muestra diferencias con el país de origen, que puede resultar frustrante para el estudiante, si el nivel de exigencia excede el nivel personal alcanzado.
- 4) Factores de apoyo como la preparación en aspectos interculturales, además de lo lingüístico, formando en aspectos de normas culturales y culturas académicas entre otros.
- 5) Propuesta para una formación intercultural mínima dentro de las unidades de aprendizaje de las culturas y lenguas extranjeras, ubicada dentro del área curricular de formación general universitaria de la Universidad Autónoma de Nuevo León, para proporcionar al estudiante que se prepara para un intercambio estudiantil o prácticas profesionales en el extranjero, conocimientos y las herramientas necesarias que le permitirán desarrollar la competencia intercultural.

BIBLIOGRAFÍA

- Arnold, R. (2005): La construcción emocional de la realidad. (trad. C.D.) Título original: Die emotionale Konstruktion der Wirklichkeit. *Pädagogischer Konstruktivismus, Teil III. GEW-Zeitung RLP, Sonderbeilage*, S. IX-XII.
- Bennett, M. (2009): *Defining, measuring, and facilitating intercultural learning: a conceptual introduction to the Intercultural Education double supplement*. Recuperado de: http://www.idrinstitute.org/allegati/IDRI_t_Pubblicazioni/7/FILE_Documento.pdf
- De Wit, H. (2005): América Latina y Europa ante el fenómeno de la internacionalización. En: *Educación Superior – Convergencia entre América Latina y Europa*. Argentina, p. 222-226.
- Didou Aupetit, S. (2010): Mitos, expectativas y realidades de la movilidad estudiantil. *Meta política. Vol. 14*, pp. 70-83.
- Egan, J. (2008). Email Interview. In Lisa M. Given (Ed.), *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc, p. 245.
- Flick, U. (2000): *Qualitative Forschung*. Ein Handbuch. Verlag Rowohlt. Reinbek.
- Gacel-Ávila, J. (2012): Comprehensive Internationalisation in Latin America. *Higher Education Policy*, 25, pp. 493-510.
- Gadamer, H.-G. (2005): *Verdad y Método*. Vol. 1 y 2. 11a ed. Sígueme. Salamanca.
- Hochschild, A. R. (1990): El corazón comprado. Sobre la comercialización de los sentimientos. (trad. C.D.) *Das gekaufte Herz. Zur Kommerzialisierung der Gefühle*. Frankfurt a.M./New York.
- Holodynski, M.; Friedlmeier, W. (1999): Emotionale Entwicklung und Perspektiven ihrer Erforschung. In: Friedlmeier, W.; Holodynski, M. (Hrsg.): *Emotionale Entwicklung. Funktion, Regulation und soziokultureller Kontext von Emotionen*. Heidelberg/Berlin, S. 1–26.
- Knowles, M (1975): *Self-Directed Learning. A Guide for Learners and Teachers*. Chicago.
- Mestenhauser, J. A. (1998): Internationalization of Higher Education: A cognitive Response to the Challenge of the Twenty-first Century. *International Education Forum* 18. 1-2, pp.1-8.
- Mayring, Ph. (2000). Qualitative Inhaltsanalyse. In U. Flick (Ed.), *Qualitative Forschung*. Verlag Rowohlt. Reinbek, pp. 468-475.

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

Schütz, A.; Luckmann, Th. (2003) *Strukturen der Lebenswelt*. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz.

Siecke, B. (2007): Aprendizaje y emoción. Sobre la relevancia de paradigmas sobre emociones en el contexto de la formación profesional. (trad. C.D) *Lernen und Emotionen. Zur didaktischen Relevanz von Emotionskonzepten im Kontext beruflicher Bildung*. Bielefeld.

Siecke, B. (2010): Emociones, Paradigmas sobre emociones y modelos de pensamiento. (trad. C.D.) Título original: Emotionen, Emotionskonzepte und Denkmodelle: Welche Bedeutung haben sie für das selbstgesteuerte Lernen? En: *CSPC e-Learning der Zürcher Fachhochschule, E-Dossier #07*, pp 31-35. Recuperado de: www/phzh.ch/PageFiles/24077/CSPC_eDossier_07.pdf

Trejo, L. (2011): *Crisis y Transición. Proceso de cambio en un grupo de estudiantes mexicanos en Europa*. Universidad Autónoma de Nuevo León, México.



PROPUESTA DE FACTORES QUE PROPICIAN EL USO DE ESTRATEGIAS EMERGENTES EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Autores:

*M.A.E. Y M.E. Gilberto Rebolledo Iglesias
 grebolledo1@yahoo.com.mx*

*M.A.E. Elda Aurora Aranda Contreras
 e_aranda10@yahoo.com*

*M.A. Ruth Isela Martínez Valdez
 risela_martinez@yahoo.com.mx*

Avenida Universidad S/N, Ciudad Universitaria de Nuevo León. Código Postal 66451.

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 07/Mayo/2015

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo general determinar si determinadas condiciones: tolerancia al cambio, capacidad de innovación, empowerment y aceptación del riesgo están relacionadas con la generación de estrategias emergentes en 3 instituciones educativas: una preparatoria pública, un colegio privado de educación básica y una universidad politécnica. Se realizó una revisión de la literatura más relevante del tema y se utilizó la información de tres estudios de caso realizados en las instituciones antes mencionadas, en los que se utilizaron tres instrumentos de investigación: una entrevista estructurada, la observación y la revisión de documentos, se analizaron de manera individual y comparativa. Como conclusión se encontró que la aceptación del riesgo y el empowerment son las variables que más influyen en la generación de estrategias emergentes.

Palabras clave

Estrategia emergente, tolerancia al cambio, capacidad de innovación, empowerment y aceptación del riesgo.

ABSTRACT

The present study's general objective is to determine whether certain conditions: tolerance for change, innovation, empowerment and acceptance of risk are related to the generation of emerging strategies in three educational institutions: a public high school, a private school in basic education and polytechnic University. A review of the relevant literature on the subject was conducted and the data from three case studies in the fore mentioned institutions, in which three research instruments used were used: a structured interview, observation and documents review, They were analyzed individually and comparatively. In conclusion it was found that the risk acceptance and empowerment are the variables that influence the generation of emerging strategies.

Key Words

Emerging strategies, tolerance for change, innovation, empowerment and acceptance of risk

PROPUESTA DE FACTORES QUE PROPICIAN EL USO DE ESTRATEGIAS EMERGENTES.

1. Planteamiento del problema

El aprendizaje organizacional es un elemento esencial en el desarrollo y crecimiento de las organizaciones (López, Ahumada, Olivares, & González, 2012).

Ante un entorno en constante cambio e incertidumbre prolongada, son las organizaciones que aprenden, las que podrán tener una ventaja competitiva. Las organizaciones que aprenden aplican estrategias adecuadas de acuerdo a la experiencia.

De acuerdo a Mintzberg, Brian y Voyer (1997 p.7) “Una estrategia es el patrón de una serie de acciones que ocurren en el tiempo.” En este sentido una estrategia no es estática, sino dinámica y puede requerir modificarse, de acuerdo a las circunstancias en las que se va a llevar a cabo.

En un ambiente de certidumbre y poco cambio, una organización puede realizar su ejercicio de planeación estratégica y establecer deliberadamente las estrategias que va a llevar a cabo, sin embargo, en escenarios cambiantes la organización se ve en la necesidad de actuar de una forma que no estaba planeada y por lo tanto utiliza una estrategia emergente. (Mintzberg, et al, 1997)

De acuerdo a Argyris y Schon, citados por López et al (2012) el aprendizaje organizacional es el proceso mediante el cual los participantes de una organización detectan errores y los corrigen mediante una reestructuración de la experiencia sustentada de la organización.

En la práctica al llevar a cabo los planes, pueden ocurrir situaciones inesperadas y no previstas, estas generalmente se enfrentan mediante una estrategia no planeada.

Una estrategia emergente es aquella que adquiere forma y ocurre a pesar no existir una intención definida formalmente, es decir no se generaron de manera deliberada. (Mintzberg et al. 1997)

El estudio está dividido en investigación documental y de campo, para la investigación de campo se utilizó la información de 3 alumnos de la maestría en administración de instituciones educativas, que aplicaron un estudio de casos en 3 instituciones distintas.

1.1 Pregunta de investigación

La pregunta de investigación que guía el presente estudio es: ¿En qué medida la tolerancia al cambio, capacidad de innovación, empowerment, y aceptación del riesgo; están relacionados con el aprendizaje organizacional en la utilización de estrategias emergentes en escuelas?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general:

Determinar si la tolerancia al cambio, capacidad de innovación, empowerment, y aceptación del riesgo; están relacionados con la generación de estrategias emergente en 3 instituciones educativas.

1.2.2 Objetivos Específicos de la Investigación

- Conocer los procesos de planeación y ejecución organizacional de las 3 instituciones estudiadas.

- Establecer si en la ejecución de la planeación se han generado estrategias emergentes, y si la ejecución de las mismas fue en condiciones de tolerancia al cambio, capacidad de innovación, empowerment, y aceptación del riesgo.
- Hacer un estudio descriptivo de los resultados.
- Proponer un marco de referencia para el aprendizaje organizacional.

1.3 Justificación

Cuando una organización utiliza estrategias emergentes, estas deben convertirse en un aprendizaje, y posteriormente establecerse como deliberadas, en la medida en que una organización aprende, podrá esperarse que los ejercicios de planeación sean más certeros, aun en escenarios cambiantes, pues podrán desde un principio, tener más planes alternos.

El beneficio que se espera para las organizaciones estudiadas, es mostrar los elementos que propician aprendizaje organizacional en situaciones emergentes, y que ayudan a mejorar los planes formales de la institución.

Aunque no necesariamente otras organizaciones tienen los mismos escenarios que las estudiadas, el estudio puede servir de base para demostrar la importancia de reconocer las situaciones emergentes que se den y la importancia de reconocer que las acciones que se tomaron pueden ser útiles para otras situaciones y entonces documentar el aprendizaje organizacional, el cual deberá servir para formular estrategias posteriores.

Partiendo de la idea de que el aprender es una actividad permanente en las organizaciones y por lo tanto el aprendizaje va más allá de una persona, puesto que se extiende hacia los diferentes niveles organizacionales; (Alcover & Gil, 2002) el presente

estudio pretende encontrar los elementos que ayudan a que este aprendizaje fluya en las organizaciones, y que el aprendizaje se quede en la organización y no en el individuo.

Los sujetos de investigación son los generadores de la planeación en las instituciones y los encargados de llevar a cabo los planes. Ambas partes son sujetos de estudio, ya que unos y otros pueden proponer estrategias emergentes que ayuden a conseguir la meta propuesta. Unos y otros también pueden generar aprendizaje individual y luego grupal

Aunque cada organización es diferente, de acuerdo a la teoría de sistemas, todas las empresas pueden considerarse un sistema y todos los elementos que están alrededor son parte de este sistema. (Robbins y Coulter, 2010) Dada esta perspectiva los resultados de este estudio se podrán generalizar en la medida en la que el sistema o la empresa sea parecida a los sistemas estudiados. De igual forma la metodología aplicada se podrá usar como base para realizar otros estudios en sistemas u organizaciones diferentes y ampliar los resultados a otros escenarios.

2. Marco Teórico

2.1 Estrategias emergentes

Una estrategia consiste en las medidas competitivas y planteamientos con que los administradores compiten, mejoran el desempeño y hacen crecer la institución. La estrategia surge de los objetivos y misión de una empresa, ¿qué se quiere lograr y cuál es la razón de ser de la institución? Al dar respuesta a estas preguntas surge una nueva interrogante ¿cómo se va a lograr? El cómo se va a lograr representa la estrategia. (Thompson, Peteraf, Gamble, Strickland, 2012)

Tradicionalmente a estrategia consiste en elementos ideados y generados de acuerdo a lo planeado, a lo que resulta del proceso formal de planeación estratégica. (Thompson et al, 2012).

Sin embargo no siempre se pueden aplicar las estrategias formales o deliberadas. El concepto de estrategia emergente surge como consecuencia de la crítica que Mintzberg hace a la consideración tradicional de la formulación de estrategias, como algo racional, deliberado, planificado e intencionado. (Sanz y Sabater, s.f.) Esto debido a que algunas estrategias no llegan a realizarse por errores o problemas o bien por modificaciones en el medio ambiente interno y externo de la empresa. Dada esta situación Mintzberg reconoce que las organizaciones establecen nuevas estrategias que permiten adecuarse a las nuevas condiciones del entorno y es a las que denomina emergentes. (Mintzberg, 1994)

Mintzberg reconoce entonces 2 tipos de estrategias básicas en el proceso de administración estratégica; las deliberadas que son aquellas que se establecen al desarrollar el proceso de planeación y toman en cuenta la misión, visión, análisis interno y externo y que comunican a todo el personal de la organización; y las emergentes, aquellas que no forman parte del plan original de la empresa, pero que debido a circunstancias no previstas se deben generar si se quieren alcanzar los objetivos de la organización.

En un estudio publicado por Teelken y Watson (2014) indican que las personas tienen que hacer frente a procesos cambiantes, pues sus contextos de trabajo son alterados y los empleados tienen que generar estrategias de flexibilidad y de adaptación las cuales emergen del cambio organizacional.

De acuerdo a Mintzberg (1994) la generación de estrategias emergentes requiere la atención y aprendizaje continuo de las actividades de la organización.

De acuerdo a Johanson, Scholes, Whittington (2005) hay estudios que demuestran que las estrategias dentro de las organizaciones pueden ser mejor definidas como emergentes ya que posiblemente son el resultado de las actividades generadas por las instituciones y que finalmente se convierten en una dirección a largo plazo.

La estrategia emergente es una estrategia creativa, es como reinventar los planes y acciones de acuerdo a los sucesos diarios, además corrigen la ruta de la institución teniendo como punto de partida el análisis del medio ambiente interno y externo y todo el proceso de planeación estratégica. (Zavala, 2013)

Dado que el entorno cambiante de las organizaciones hace que en diversas organizaciones se apliquen estrategias emergentes; a continuación se definen las variables que se proponen son de las que depende el que se utilicen estrategias emergentes.

2.2 Tolerancia al cambio

El cambio se puede definir como una diferencia en las variables relevantes del entorno (Vértiz, 2008), la tolerancia implica el resistir las diferencias de las variables relevantes del entorno. Las instituciones deben de promover el cambio y disminuir la resistencia natural que se puede dar en los empleados. En la medida que se acepte el cambio es más probable que emerjan estrategias que se adapten a las condiciones del momento. La sociedad actual cambia rápido, sin importar si las organizaciones tienen la capacidad de asimilarlo, por lo que es necesario que este bien definido si ¿Qué es lo que se está buscando? ¿Cuándo se quiere conseguir? Y ¿de qué manera puedo lograrlo si las circunstancias cambian? (Llanos, 2004)

2.3 Capacidad de innovación

La capacidad de innovación se puede definir como la habilidad de una organización intensiva en conocimiento para movilizar y gestionar recursos científicos y técnicos mediante procesos organizacionales que permitan el desarrollo de ideas, procesos o productos con éxito, mediante la implementación de estrategias en entornos inciertos y dinámicos. (Acosta Prado, & Fischer, 2013)

De acuerdo a Amparo Moraleda (2004) el exagerado nivel de competitividad impulsado por la globalización, desregulaciones, y apertura de mercado hace que las posibilidades de sobrevivir sean mínimas si las organizaciones no se atreven a innovar. (Moraleda, 2004)

La capacidad de innovación se configura como un elemento clave para la obtención de resultados organizacionales a través de diferentes procesos los cuales van a ayudar a afrontar los cambios del entorno y generar nuevas formas para obtener los resultados como estrategias emergentes. (Acosta et al, 2013)

2.4 Empowerment

El empoderamiento o empowerment implica dar poder a otros, estableciendo estrategias que desarrollen el potencial humano y el logro de objetivos propuestos, (Alves de Costa, citado en Carrasquel, 2013)

Para Robbins y Coulter (2010) el empowerment implica determinar los resultados esperados, delegar autoridad y esperar que con esta autoridad y la responsabilidad del empleado se alcancen las metas.

Al establecer los planes y las estrategias es deseable que se determine cuánta autoridad se va a delegar a los trabajadores de los diferentes niveles, de esta manera, en caso de que se presente una contingencia se tendrá claro hasta dónde puede llegar el empleado. (Thompson et al, 2012)

2.5 Aceptación del riesgo

Aceptación del riesgo. De acuerdo Robbins y Coulter (2010) el riesgo es la probabilidad de que algo no ocurra, al estar conscientes de que lo planeado a lo mejor no va a ocurrir, se toma conciencia de que en lugar de lo planeado se va realizar algo distinto, asumiendo el riesgo de hacerlo. Muchas instituciones vacilan al momento de tomar riesgos, a menudo porque no es claro cuánto tiempo y dinero costará una decisión equivocada. Sin embargo esta vacilación traerá consigo el riesgo de no alcanzar los planes y objetivos propuestos.

Existen situaciones no previstas en los procesos de planeación que hacen que surjan estrategias emergentes. Estas estrategias deben transformarse en conocimiento para las organizaciones. Una organización que planea considera diversos escenarios, sin embargo no se pueden prever todas las situaciones, lo que origina que surjan estrategias que no estaban contempladas y que permiten alcanzar los objetivos planteados. Caso que aplica a las 3 escuelas analizadas. Como consecuencia una organización que no aprende, tarda más en alcanzar sus objetivos y esto puede ocasionar el tener una desventaja competitiva.

3. Metodología

Para el presente estudio se utilizó información desarrollada por María del Carmen Hernández Ruiz, Norma Angélica Zavala Ramírez y Leticia Villalpando Cruz, estudiantes de la maestría en administración de instituciones educativas del Tecnológico de Monterrey, que aplicaron un estudio de casos en 3 escuelas, utilizando 3 instrumentos estandarizados:

- Entrevista estructurada: En base a un cuestionario elaborado por la Doctora María Ileana Ruiz Cantisani, el cual se aplicó a los directivos y ejecutores de la planeación.
- Observación: En este caso cada estudiante elaboró una guía de observación en las juntas de planeación, cada uno asistió al menos a 2 reuniones en la institución en la que aplicaron el estudio.
- Revisión de documentos: En cada institución se tuvo acceso a los documentos de los planes elaborados para el ciclo escolar anterior y actual de tal manera que se pudiera ver cómo se llevó a cabo la aplicación de estrategias deliberadas y emergentes.

Cada estudiante documentó los resultados y realizó la triangulación de los resultados de tal manera que se pudiera dar respuesta a cómo es la formulación de estrategias emergentes en la institución, en este caso en base a las respuestas presentadas se hace una clasificación con las variables propuestas para ver cuáles fueron las que más propician el uso de estrategias emergentes.

Se tomaron los datos de 3 alumnos que aplicaron el estudio de casos en:

Caso 1	Una preparatoria pública del estado de Puebla
Caso 2	Un Colegio privado de educación básica del estado de Guanajuato
Caso 3	Una Universidad politécnica del estado de Morelos.

Tabla 1. Instituciones en las que se aplicaron los estudios de caso. Elaboración propia

4. Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos por los 3 estudiantes sobre el cómo se lleva a cabo la formulación de estrategias emergentes.

4.1 Resultados por institución.

4.1.1 Preparatoria pública del estado de Puebla

Si presenta una planeación formal para el año escolar, el cual se presenta a los docentes y administrativos antes del inicio de clases.

Las estrategias emergentes surgen principalmente por cambios externos que no empatan con la estrategia deliberada, principalmente son originados por la SEP. En la mayoría de los casos son los planeadores los que generan la estrategia, guiados por la exigencia de la normatividad y los ejecutores intervienen poco.

Al inicio del ciclo escolar se presenta una petición de la SEP para aplicar una prueba de diagnóstico a los alumnos de 1er ingreso, aunque en la preparatoria ya se aplica una prueba en esta ocasión se tuvo que aplicar una segunda prueba que cumpliera con los requerimiento de la SEP, la dirección designó a los maestros encargados de diseñar la prueba, en base a los lineamientos dados. Esta se llevó sin ningún contratiempo, pero no

generó información diferente a la que se tenía en la primera prueba, es decir la utilidad para la institución fue comprobar la validez y confiabilidad del instrumento propio y cumplir con un aspecto legal.

En el caso del medio ambiente interno, igualmente son los directivos quienes llevan a cabo la generación de estrategias emergentes, solo hay 2 situaciones en las que los ejecutores participaron en la generación de estrategias emergentes:

La primera situación es la jefa de una de las academias tuvo que idear un curso de capacitación al cambiar la modalidad de la materia, en este caso se le dio total libertad para generar el curso.

La segunda se presentó en el proyecto “Escuela Sana” la encargada de este proyecto al ver que no se empataba el trabajo propuesto con las actividades de los estudiantes, tuvo que modificar el plan y se llevó a cabo de acuerdo a los horarios y condiciones de los estudiantes, se asumió el riesgo, sin embargo no se tuvieron los resultados deseados por el programa.

4.1.2 Colegio privado de educación básica del estado de Guanajuato

En este segundo análisis se encontró que existe una gran centralización y los docentes y administrativos no sienten que participan activamente en la planeación de las actividades, saben que el plan se entrega en formatos solicitados por la Secretaría de educación estatal, sin embargo no tienen acceso a ella, solo reciben la información en un cronograma de actividades.

Los docentes de primaria comentan que ellos establecen sus planes y en ocasiones la directora les da instrucciones que se contraponen con sus planes lo cual genera frustración,

en este caso ellos tienen que generar estrategias emergentes en base a las órdenes de la directora, no hay resistencia al cambio por parte de los docentes.

En el caso de los proyectos extracurriculares aquí si existe total libertad para generar y administrar el propio proyecto y generar las estrategias emergentes necesarias para culminar el mismo. Los docentes encargados proyectos especiales tuvieron total libertad para planear y hacer los ajustes pertinentes, todos coinciden en que el dinero limitado, es el principal detonante para la generación de estrategias emergentes.

Los proyectos en los que se generaron estrategias emergentes para poder culminarlos son: concurso himno nacional, oratoria y ortografía. Los 3 culminaron con éxito sin embargo un aspecto que resalta es que no se documentaron las estrategias utilizadas para el éxito de los mismos.

4.1.3. Universidad politécnica del estado de Morelos.

En este caso la Universidad si presenta un plan formal, el cual es publicado para el conocimiento de todos los docentes y administrativos del plantel.

Existe un ambiente de confianza hacia los trabajadores por parte de la dirección y por lo tanto la generación de estrategias emergentes fluye de manera dinámica. Algunos ejemplos de estrategias emergentes que surgieron son:

La falta de entrega del edificio de laboratorios a tiempo y la demanda de aspirantes y alumnos de reingreso hizo que se tuviera que establecer horarios nuevos para usar los laboratorios actuales. A la coordinación académica se le dio el poder para generar horarios y buscar docentes que cubrieran esas horas.

En el caso de prefectura se incapacitó la persona encargada de vigilar el cumplimiento del horario y asistencia de los profesores, por lo que sin estar en el presupuesto, se contrató un externo que hiciera esta función. En este caso la estrategia la determinó la dirección.

Al generarse problemas con el personal de vigilancia e intendencia, se dio total libertad al secretario administrativo de cambiar roles y horarios para mantener condiciones de calidad.

4.2 Análisis de resultados.

De acuerdo a los resultados anteriores se da respuesta a la pregunta de investigación: ¿En qué medida la tolerancia al cambio, capacidad de innovación, empowerment, y aceptación del riesgo; están relacionados con el aprendizaje organizacional en la utilización de estrategias emergentes en escuelas?

En los casos analizados se encuentra que la tolerancia al riesgo y el empowerment están muy relacionados con la generación óptima de estrategias emergentes, sin embargo hay un contraste importante en el institución 2, aquí hay una centralización alta, y esto como quiera hace que los ejecutores generen estrategias emergentes.

La tolerancia al cambio se percibe reactiva, es decir si existe, pero se da más que nada porque no hay otro remedio que cambiar, no hay oposición pero no se ven resultados en los que se manifieste una tolerancia total.

En ninguno de los casos se observa la capacidad de innovación, como detonante de la generación de estrategias emergentes, existe sin duda en los planeadores y ejecutores esta capacidad, sin embargo es interesante que ellos mismos no lo reconozcan, aun y cuando al generar una estrategia emergente están innovando.

5. Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos en los 3 casos de análisis se concluye que la tolerancia al riesgo y el empowerment son las variables que más influyen en la generación de estrategias emergentes, lo cual se empata con el estudio de Teelken y Watson (2014) en el que se afirma que las personas tienen que hacer frente a procesos cambiantes y tienen que generar estrategias las cuales surgen porque existe tolerancia al riesgo y empowerment en los empleados. Cabe resaltar el caso en donde la centralización es alta y los empleados no se reconocen con empowerment para generar estrategias, sin embargo si las generan aun sin el facultamiento oficial de la autoridad.

Es importante resaltar aquí la ventaja de una buena delegación de autoridad, pues como se mencionó con esta autoridad y la responsabilidad del empleado se espera alcanzar la meta organizacional.

En cuanto a la tolerancia al cambio, si existe, no hay oposición manifiesta pero en los ejecutores de los cambios lo hacen en los 3 casos porque no hay otro remedio, no se perciben planes de contingencia, aun y cuando hay situaciones previsibles como la no terminación del edificio o el empate de un programa de salud con las horas clase.

Y un dato que es muy interesante es que no se manifiesta de forma explícita la capacidad de innovación, aun y cuando esta se genera al emerger las estrategias. Las 3 instituciones cuentan con capacidad de innovación, sin embargo no tienen plena conciencia de ello aun y cuando esto implica el obtener nuevas formas para obtener los resultados.

En cuanto a los objetivos planteados, se determina que los factores que más influyen en la utilización de estrategias emergentes son la tolerancia al riesgo y el empowerment. Se conocieron los procesos de planeación y ejecución de 3 instituciones educativas, y la forma en la que en estas instituciones surgen las estrategias emergentes. No se logró establecer si las estrategias emergentes se convierten en deliberadas, lo cual se convierte en una sugerencia para estudios posteriores y la teoría y los casos expuestos sirven de marco de referencia para este y otro tipo de estudios.

6. Bibliografía

Acosta Prado, J., & Fischer, A. (2013). Condiciones de la gestión del conocimiento, capacidad de innovación y resultados empresariales. Un modelo explicativo. *Pensamiento y gestión*, 29.

Alcover, C., & Gil, F. (2002). Crear conocimiento colectivamente: aprendizaje organizacional y grupal. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones* , 259-301.

Carrasquel , A. (2013). Empoderamiento: estrategia para operativizar la gerencia del conocimiento en organizaciones educativas . *REDHECS*, 94.

Hernández Ruiz, M. (2013). Planeación estratégica en el bachillerato general matutino del Benemerito Instituto Normal del estado General Juan Crisóstomo Bonilla. *Tesis de maestría*. Puebla, Puebla.

Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R. (2005). *Dirección estratégica*. España: Prentice Hall.

Llanos, B. (2004). *Pilares de las corrientes de Motivación* . Obtenido de Ebsco Host: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=5bd3a86b-d017-4281-8435-934df09c04c0%40sessionmgr110&hid=110>

López, V., Ahumada, L., Olivares, R., & González, A. (2012). Escala de medición del aprendizaje organizacional en centros escolares. *Psicothema*, 323-329.

Mintzberg, H. (1994). Repensando la planeación estrategia, . *Gestión y estrategia*, 12-21.

Mintzberg, H., Brian , J., & Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico*. Distrito Federal: Pearson.

Moraleda. (2004). *Universa Business Review*. Obtenido de La innovación, clave para la competitividad empresarial: <http://www.redalyc.org/pdf/433/43300112.pdf>

Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración*. Naucalpan de Juárez: Pearson.

Sanz Valle, R., & Sabater Sánchez, R. (s.f.). Fundamentos de la dirección estratégica de recursos humanos: evolución del pensamiento en estrategia . *Organización de empresas universidad de murcia*, 68-77.

Teelken & Watson. (2014). Coping Strategies of Professionals in Emerging Change Processes: An Empirical View. *Journal of Change Management* .

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland. (2012). *Administración estratégica*. Distrito Federal : Mc Graw Hill.

Vértiz Galván, M. (2008). Referentes teóricos para el análisis del cambio organizacional: la tesis sobre el cambio y la síntesis de los procesos institucionales. *Gestión y estrategia*, 13-27.

Villalpando Cruz, L. (2013). Proceso de formulación de estrategias emergentes en una institución de educación básica. *Tesis de maestría*. León, Guanajuato.

Zavala Ramírez, N. (2013). Formulación de estrategias emergentes en la universidad politécnica del estado de Morelos. *Tesis de maestría*. Temxico, Morelos.



RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIAS CON LIDERAZGO ÉTICO

M.A.E. María Elena Avilez Pineda

M.M. Martha Angélica González Álvarez

M.A.E. Mirna Guadalupe Martínez Zúñiga

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 25/Mayo/2015

Resumen:

El aprendizaje y la percepción de los estudiantes de una Institución de Educación Superior del norte de México, Caso de Estudio: FACPYA-UANL, lo veremos desde la práctica de la Responsabilidad Social Universitaria con liderazgo ético, que ejercen, tanto la institución como los docentes a través de la impartición de cátedra, dentro de las actividades en la unidad de aprendizaje: ética, sociedad y profesión, dirigida a estudiantes próximos a egresar de mencionada institución, asumiendo un compromiso que les permita construir acciones que se vean reflejadas en su actuar profesional. Ellos como futuros profesionistas deben ser desde el aula, los activistas de las prácticas de Responsabilidad Social Universitaria, RSU, para posteriormente promuevan la Responsabilidad Social Organizacional, RSO para que en cuando se ubiquen en los lugares en donde ejerzan su profesión, sus buenas acciones y prácticas, impacten fuertemente, traduciéndolo en bienestar social.

Resumen (Inglés):

Learning and student perceptions of an institution of higher northern Mexico, Case Study Education: FACPYA - UANL, we will see from the practice of university social responsibility and ethical leadership, practicing teachers through academic teaching, within the activities in the learning unit: ethics, society and profession, aimed at students coming to graduate from that institution, assuming a compromise that allows them to build actions that are reflected in his professional acting. Them as future professionals should be in the classroom, activists practices Organizational Social Responsibility (RSO) so that when they are located in places where exercising their profession, their good deeds and practices impacting heavily, translating into welfare.

Keywords: University Social Responsibility: Ethical Leadership

INTRODUCCIÓN

De una manera clara, sencilla y objetiva, se busca explicar, cómo el tema de: la responsabilidad social universitaria (RSU) con liderazgo ético, contiene aspectos o ingredientes necesarios, que llevándolos a la práctica en la vida académica, universitaria y el quehacer cotidiano en cada uno de los roles que tenemos y de las acciones que ejercemos, desde el convencimiento pleno de que, los principales beneficiados al hacerlo, somos nosotros mismos, las personas que nos rodean y la sociedad en general, por lo que, buscando autores de reconocida trayectoria que han aportado al tema con sus investigaciones y publicaciones, desde niveles locales, hasta niveles nacionales e internacionales, se pretende que su aparición en el presente documento permita transmitir a los lectores los puntos importantes y los argumentos que utilizan para convencernos, que debemos y tenemos que cuidar los impactos que de nuestras acciones se generan, de nosotros y de los demás, cambiar nuestra viejas prácticas de comportamiento y de conducta para aspirar a tener un mundo mejor, como lo afirma Bernardo Kliksberg (2005), “¿Está todo perdido? ¿Corresponde asumir la resignación y esperar que de algún modo lleguen tiempos mejores?” (p. 16).

En este trabajo de investigación analizaremos el aprendizaje y la percepción de los estudiantes de una Institución de Educación Superior (IES), con respecto a la práctica del liderazgo ético con RSU, que ejerce la institución y los docentes a través de la impartición de cátedra, dentro de las actividades en la unidad de aprendizaje ética, sociedad y profesión, dirigida a estudiantes próximos a egresar de dicha institución, permitiendo con ello la

construcción de una cultura de la legalidad universitaria, para tener una mejor sociedad, motivando a los estudiantes a reproducir acciones bajo un convencimiento pleno y absoluto, que permita confiar en poder aspirar a vivir en una sociedad con alto grado de responsabilidad social y construir una cultura de la legalidad universitaria, que se traduzca en el convencimiento pleno de que sus acciones positivas, siempre servirán para la construcción de un mundo mejor.

“Si bien, el liderazgo es una forma especial de influencia a inducir a otros a cambiar voluntariamente sus preferencias (acciones, supuestos, creencias), en función de tareas o proyectos, ahora se hace necesario establecer estructuras y procesos en las escuelas que posibilitan un entrenamiento múltiple y dinámico del mismo; esto es que al margen de su posición administrativa y rol, existan docentes que actúen como facilitadores de otros o bien se responsabilicen de proyectos particulares. En este sentido, más que entender a cada docente como líder institucional, se trata de que los procesos y las prácticas institucionales que se desarrollan a través de distintas líneas de acción (guías) sean liderados por los distintos profesores”, (Araiza V, María de Jesús & Jardines Garza, Francisco Javier, 2012), todo ello de la mano con los estudiantes para la sociedad.

Por lo anterior se debe seguir replicando experiencias con la vinculación que se ha llevado a cabo en períodos pasados, como lo es la participación de los estudiantes en el proyecto Diseña el Cambio México, que hoy por hoy representa una gran oportunidad para seguir desarrollando y practicando la RSU, dentro y fuera de la institución educativa, ya que con este proyecto se logró que los participantes buscaran soluciones a problemáticas de temas variados.

Se espera entonces, que este trabajo tenga aportaciones que lleven a la reflexión y a la generación cambios reales dentro de la vida universitaria y en cada uno de los roles que se juega en la sociedad para el beneficio de un mejor país.

Hipótesis:

H1: Existe una percepción del liderazgo con responsabilidad social universitaria en la institución y en los docentes desde la óptica del estudiante.

H0: No existe una percepción de liderazgo con responsabilidad social universitaria en la institución y en los docentes desde la óptica del estudiante

Planteamiento del problema:

¿Cuál es el grado de aprendizaje y percepción de liderazgo con responsabilidad social universitaria de los estudiantes de la unidad de aprendizaje de Ética, Sociedad y Profesión con respecto al desempeño de las acciones que realiza dentro de su último grado académico?

¿Cómo elevar los indicadores de la RSU de una Institución de Educación Superior, bajo el convencimiento total de docentes y estudiantes, aspirando a tener una sociedad más avanzada a través de su actuar dentro y fuera del aula?

¿En qué medida las diferentes prácticas de RSU en la institución y de sus docentes impactan e influyen en la percepción y actuar positivo de sus estudiantes para el desarrollo de un liderazgo ético? La pregunta de investigación busca la relación entre las siguientes variables: 1) las prácticas de RSU en la institución y el impacto positivo en sus estudiantes y 2) las prácticas de sus docentes y el impacto positivo en los estudiantes.

Objetivo:

El objetivo principal de este proyecto es comprobar si existe un aprendizaje y una percepción positiva de liderazgo con RSU en la institución y en los docentes que imparten la unidad de aprendizaje ética, sociedad y profesión desde la óptica del estudiante próximo a egresar.

Antecedentes.

Actualmente la institución de educación superior, sujeta a estudio, menciona a través del PDI, (Plan de Desarrollo Institucional), concretamente en su visión 2020 “que será reconocida como una institución socialmente responsable y de clase mundial por su calidad, relevancia y contribuciones al desarrollo científico, tecnológico, la innovación, la construcción de escuelas de pensamiento y al desarrollo humano de la sociedad nuevoleonense y del país”. De lo anterior se desprende, un el Modelo de RSU que forma parte de los documentos rectores de mencionada Institución de Educación Superior.

Una de sus dependencias se ha ocupado de medir a través de un trabajo de investigación el aprendizaje y la percepción que los estudiantes en su último grado académico tienen de sus maestros y de la institución en general, a través del tiempo y dentro de las acciones, actividades que realizan en la unidad de aprendizaje denominada ética, sociedad y profesión.

¿Cómo una responsabilidad social puede ser universitaria?, ¿somos todos los universitarios responsables de lo que está sucediendo dentro de los campus universitarios, con respecto a los impactos negativos y la huella ecológica que estamos produciendo? ¿Cómo hacer que la RSU, llegue a todos los rincones de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), que se entienda y que se viva? ¿Cómo involucrar a todos los niveles y todos los actores de nuestra institución?

Son preguntas que se intentan responder con acciones y buenas prácticas, la mejor manera de quedarnos con este aprendizaje, con este conocimiento es la práctica basada en proyectos con impacto social, como lo es el Proyecto Diseña el Cambio México -Joven, (Fundación EducarUno), Capítulo UANL, este es un concurso que a través de una metodología muy simple permite a los estudiantes, aterrizar proyectos y dirigirlos a la sociedad en general, a grupos vulnerables, a emerger de la universidad, concretamente de la facultad, a generar cambios importantes y a interactuar y gestionar con diferentes instancias públicas, privadas, organizaciones no gubernamentales y con la sociedad en general. Este es un proyecto que con la metodología de cuatro simples palabras: siente, imagina, haz y comparte, maestros y estudiantes gozaron un área de oportunidad para hacer proyectos con diferentes temáticas durante el semestre agosto- diciembre 2014 en FACPYA-UANL.

RSU con liderazgo ético, están intrínsecamente ligados a los valores universitarios de la UANL, que declara la Visión 2020: verdad, equidad, honestidad, libertad, solidaridad, respeto a la vida y a los demás, paz, respeto a la naturaleza, integridad, comportamiento ético, justicia y si se toma en cuenta que estos valores son parte de las actitudes que debemos adoptar para practicarlos en todos los niveles y por todos los actores de una institución de educación superior, para liderar uno de los aspectos que nuestra sociedad y el mundo entero está demandando con respecto a la RS con liderazgo ético, ya que los jóvenes universitarios son el capital humano requerido para multiplicar exponencialmente la responsabilidad social organizacional (RSO).

Los valores que promueve la Visión 2020 de la UANL, buscan arraigar estos con actitudes que sean traducidos en acciones, que permitan alcanzar la meta de llegar a tener RSU y RSO con un alto grado de liderazgo ético, sí se observa y se toma en cuenta la

siguiente afirmación: “Excelencia académica con valores”, misma que es una máxima del servicio en educación superior a que se compromete la Universidad Rafael Landívar”.

De acuerdo con Montoya (2010), para que este compromiso se perpetre, es indispensable desarrollar un método pedagógico que facilite conjugar la dupla de elementos que conforman una formación integral: ofrecer un adiestramiento disciplinar de calidad, acoplado a un aprendizaje en valores, el cual debe de estar motivado desde la experiencia del servicio solidario hacia la población más necesitada y vulnerable de la sociedad. A partir de estas argumentaciones se considera que estos conceptos deberían ser la base fundamental de nuestra sociedad mexicana.

Por lo que el modelo de responsabilidad social universitaria RSU de la UANL, nos proporciona una sólida plataforma, dando los primeros pasos para consolidar una cultura y transitar como lo señalaba Valleys (2000), “La Responsabilidad Social Organizacional en general:

1. La Responsabilidad Social aparece cuando una organización desarrolla una toma de conciencia compleja y holística.
2. Esta toma de conciencia está ligada a preocupaciones tanto éticas como interesadas.
3. La acción colectiva de la organización se concibe como un todo, complejo regulado por y respondiendo a las exigencias y necesidades de todos los afectados potenciales.
4. La definición de lo que es “bueno” hacer o dejar de hacer depende de una negociación o diálogo entre los interesados y los afectados por los servicios de la organización

No solo los profesores de la unidad de aprendizaje de Ética, Sociedad y Profesión, sino todos aquellos que forman parte de la planta docente de FACPYA, deben tener un involucramiento con la RSU, conocer más a detalle el Modelo RSU que promueve la visión 2020 de la UANL e incorporarla de una manera creativa a la unidad de aprendizaje que este impartiendo cada uno de estos profesores, por lo que se propone usar un modelo de capacitación con acreditación y/o certificación que culmine con proyectos sociales en sus grupos, solo así podemos involucrar y concientizar a más y mayor cantidad de estudiantes que se verán beneficiados llevándose la práctica y el conocimiento a los lugares en donde actúen profesionalmente.

¿Qué es liderazgo?

Primero definiremos el término de Liderazgo que los autores Harold Koontz, Heinz Weihrich, Mark Cannice nos proporcionan: El *liderazgo* es el Arte o proceso de influir en las personas para que participen con disposición y entusiasmo hacia el logro de las metas de grupo. En este sentido coincidimos con los autores ya que sin la aceptación y confianza de los subordinados no se podrá alcanzar los objetivos planeados por lo que es muy necesario contar con el apoyo de ellos, además mencionaríamos que una parte importante para un buen liderazgo es el tener muy bien motivados a los trabajadores para que estén contentos y seguros en su ambiente de trabajo el cual se verá reflejado en su productividad.

Actualmente la Educación se caracteriza por un liderazgo centrado en lo pedagógico, así como en las nuevas competencias profesionales de su ejercicio, como lo que es el trabajo en equipo, las exigencias del entorno demandante y también se vinculan las necesidades y oportunidades académicas en el mundo laboral.

Estas variables prestan mucha atención al proceso de enseñanza – aprendizaje, por lo que la dependencia de educación superior ha implementado acciones y proyectos dentro de las actividades estudiantiles y académicas que fortalezcan la responsabilidad social universitaria a diferentes actores y en todos sus niveles.

Definición de ética

Los autores arriba mencionados la definen como la disciplina que trata de lo que es bueno y malo desde el punto de vista del deber y de la obligación moral por lo que efectivamente este debe de ser muy bien expresado a la hora de realizar alguna contratación para que los trabajadores no tengan ninguna duda en relación a la ideología ética de la empresa o institución.

El docente debe de actuar en todo momento apegado a las normas éticas de su profesión ya que este es modelo a seguir por sus alumnos. Por este sentido, (Alexei C. 2005) expresa que “La ética profesional del maestro tiene una gran tarea en la sociedad, ya que es la responsable de la formación de las nuevas generaciones”.

Partiendo de aquí, es por ello, que la dependencia de la institución de educación superior se ha preocupado en brindar cursos de capacitación para preparar a sus docentes para que puedan desarrollar su trabajo basado en valores y principios éticos de forma correcta ya que son modelo a seguir por sus estudiantes y así mismo ayudarlos a impartir clases de calidad.

Guzmán, W (2004) plantea que el educador debe de cumplir con cuatro principios éticos:

- a) Preparación intelectual
- b) Moral de alta calidad

- c) Respeto máximo por los derechos de los estudiantes
- d) Conducta individual intachable

Por consiguiente el docente universitario debe de ser un profesional con alto nivel de ética, para desempeñar una función efectiva y que sea cuestionada por las normas sociales e institucionales.

Responsabilidad social

El modelo de responsabilidad social universitaria de la institución de educación superior sujeta de estudio, cita seis conceptualizaciones de responsabilidad social universitaria, entre las que se encuentra, una que de acuerdo con F Vallaeys, c. de la Cruz y P.M. Sasia(2009), la responsabilidad Social universitaria se caracteriza por los siguientes atributos:

1. La gobernabilidad
2. Gestión de los impactos medioambientales y sociales
3. El dialogo con y la rendición de cuentas a las partes interesadas
4. Las alianzas para participar en el desarrollo sostenible.

Sensibilidad social

Capacidad de una empresa para relacionar sus operaciones y políticas con el entorno social de forma que sean benéficas para empresa y sociedad

La dependencia de la institución de educación superior se ha preocupado y ocupado en implementar acciones enfocadas a contribuir en las necesidades de los grupos vulnerables para promover la equidad, políticas incluyentes que permitan involucrar a indígenas, discapacitados, personas de la tercera edad con el único objetivo de fortalecer el tejido social.

El objetivo de estas acciones en los estudiantes es que ellos a su vez la incorporen la sensibilidad social en su actuar cotidiano.

METODOLOGÍA

Mixta ya que se utilizara el Método Cuantitativo y Método Cualitativo. La investigación realizada se enmarcó prioritariamente dentro de un paradigma naturalista, con un enfoque mixto que buscó una posible caracterización del docente, dentro de las dinámicas de liderazgo con RSU en la institución y en los docentes que imparten la unidad de aprendizaje ética, sociedad y profesión, desde la perspectiva estudiantil.

Instrumentos y técnicas utilizadas

Se utilizaron el cuestionario y la entrevista y ambos de manera individual. El cuestionario fue tomado del estudio universidad construye país para medir la percepción de la RSU, en las universidades de Colombia, por lo que se pudo contar con una herramienta validada ya previamente por otros investigadores la cual se utilizó para medir la percepción de los estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la UANL.

Diseño de la encuesta

Se utilizó la encuesta del proyecto “Universidad Construye País”, en el que se diseñaron tres encuestas dirigidas a tres segmentos de la población universitaria: docentes, administrativos y estudiantes, de las cuales se escogió solamente la encuesta dirigida a estudiantes, misma que sirvió de herramienta para la medición de las actividades de responsabilidad social universitaria y la percepción que tienen los estudiantes del tema.

Con esta herramienta se pretende conocer la percepción y el avance que los estudiantes tienen con respecto a los principios y valores que guían el comportamiento

humano e institucional para la construcción de una mejor sociedad que permita vivir con el convencimiento de una cultura de la legalidad en todos sus roles y quehaceres.

Por lo anterior y en beneficio de ampliar nuestro actuar es que se toma esta herramienta que fue aplicada para este estudio.

Aplicación de la encuesta

Se tomó una muestra de 300 estudiantes de 9º. Semestre, siendo este un total de 5 grupos, de un total 11, todos ellos cursando el último periodo de las licenciaturas tanto en contaduría pública, administración, tecnologías de información, negocios internacionales siendo un total de 605 aproximadamente de estudiantes a punto de egresar, al mundo laboral.

RESULTADOS

Los resultados han sido satisfactorios, pero aún queda mucho camino por recorrer, ya que la meta de la visión 2020 de la UANL es: “ser reconocida como una institución socialmente responsable y de clase mundial por su calidad, relevancia y contribuciones al desarrollo científico, tecnológico, la innovación, la construcción de escuelas de pensamiento y al desarrollo humano de la sociedad nuevoleonense y del país”.

Para alcanzar estas metas el docente debe ser ejemplo de moral y de persona, ya que en sus manos reposa la responsabilidad de guiar y orientar a una serie de sujetos que han depositado su confianza en él, a los cuales no debe defraudar. Si la persona actúa de manera ética, su desempeño es moral, ya que esta última es la parte práctica de la ética y el que actúa de este modo, lo hace en base a las normas establecidas por el entorno en que converge y las reglas y principios éticos universales. Es función del docente trabajar

fundamentado en los valores y la moral. Es igualmente importante tener presente la ética ecológica al momento de realizar investigaciones y elaborar proyectos relacionados con situaciones ambientales, ya que se puede afectar la ecología y esto puede revertirse en consecuencias negativas para la humanidad. Del mismo modo ajustarse a los códigos de ética profesionales y generales.

Este tipo de acciones, permite tener un rumbo para concretar todavía más y mayores acciones que refuercen el liderazgo ético con RSU, una de las metas es hacer que todos conozcan el modelo de responsabilidad social de la universidad, tanto en teoría como en la práctica y que este, se asuma por todos y cada uno de los integrantes universitarios. Para conocer como el estudiantado apreciaba la RSU, se aplicó un instrumento para valorar dichas sensaciones, las preguntas que se aplicaron dentro del cuestionario se refleja en los resultados mostrados en las tablas 1, 2 y 3 a manera de porcentajes.

Tabla 1. Percepción de la RSU por los estudiantes de 9° Semestre. (Parte 1).

Preguntas	Respuestas					% Total
	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	No sabe	
1. Dignidad de la Persona						
Da un trato personalizado a cada uno de sus estudiantes	17.3%	48.3%	26.0%	8.0%	.3%	100%
Invierte para mantener buenas condiciones de estudio para sus estudiantes	20.3%	58.3%	17.0%	4.3%	0	100%
Manifiesta preocupación por el respeto que los profesores dan a sus estudiantes	19.7%	57.0%	16.0%	6.7%	.7%	100%
Da apoyo personal a los estudiantes que están en dificultad	18.3%	46.0%	23.0%	9.3%	3.3%	100%
Exige respeto a la persona en los trabajos con seres humanos que se encarga a los estudiantes	21.7%	60.3%	13.3%	3.3%	1.3%	100%
Da facilidad para que las alumnas embarazadas o con hijos pequeños puedan estudiar	34.3%	45.7%	10.0%	3.7%	6.3%	100%
2. Libertad						
Respeto las decisiones que toman sus estudiantes	14.7%	52.3%	27.0%	5.7%	.3%	100%
Da espacio para que los estudiantes expresen libremente sus ideas y creencias	15.3%	45.7%	27.7%	9.3%	2.0%	100%
Propicia que los docentes den libertad para que los estudiantes expongan sus pensamientos frente a los problemas que se ven en clase	19.0%	57.0%	20.7%	2.7%	0	100%
Estimula a sus estudiantes a asumir libremente compromisos sociales	18.0%	59.0%	19.0%	3.7%	.3%	100%
Acoge las ideas o iniciativas de sus estudiantes	13.7%	55.0%	24.0%	5.3%	2.0%	100%
Promueve la discusión abierta sobre temas que generan conflicto en la sociedad	16.0%	52.0%	24.0%	5.3%	2.7%	100%
3. Ciudadanía, participación y democracia						
Tiene preocupación por formar ciudadanos que participen activamente en la sociedad	20.7%	61.3%	15.7%	2.3%	0	100%
Se interesa en conocer las opiniones e inquietudes de los estudiantes	13.3%	51.7%	28.3%	5.3%	1.7%	100%
Recoge los aportes de los estudiantes al elaborar sus mallas	12.7%	51.7%	27.3%	4.3%	4.0%	100%

curriculares

Incentiva que los estudiantes participen en los organismos que los representan, tales como los centros de estudiantes	19.3%	55.3%	20.3%	2.7%	2.3%	100%
Le interesa formar a los estudiantes en el respeto de los derechos humanos	25.0%	57.0%	14.3%	2.3%	1.3%	100%
Contribuye a formar opinión sobre temas públicos relevantes para la comunidad	18.7%	53.7%	22.7%	4.3%	.7%	100%
4. Sociabilidad y solidaridad						
Incentiva a los estudiantes a prestar servicios a personas, grupos o comunidades de escasos recursos	22.3%	56.0%	19.7%	2.0%	0	100%
Estimula la solidaridad entre los estudiantes	22.3%	56.0%	19.7%	2.0%	0	100%
Promueve un trato respetuoso a todas las personas sin distinción	27.3%	56.0%	15.7%	1.0%	0	100%
Desarrolla actividades de integración entre estudiantes, profesores y funcionarios	19.0%	47.7%	28.0%	5.3%	0	100%
Orienta la formación de los estudiantes para que vean en su profesión una instancia de servicio a los demás	20.7%	55.3%	21.7%	2.3%	0	100%
Da importancia al desarrollo de las habilidades sociales de sus estudiantes (capacidad de escucha, comunicación efectiva, empatía, etc.)	22.3%	53.3%	21.3%	3.0%	0	100%
5. Bien común y equidad, Mi universidad:						
Asigna con equidad sus recursos entre las unidades	15.3%	57.7%	23.7%	3.3%	0	100%
Da importancia a la equidad y la justicia social en formación de sus estudiantes	13.7%	60.7%	22.3%	2.3%	1.0%	100%
Da facilidades a estudiantes de escasos recursos para que ingresen a ella	26.3%	50.3%	19.3%	4.0%	0	100%
Tiene un sistema para ayudar a resolver los problemas económicos de sus estudiantes de escasos recursos	22.0%	47.7%	25.3%	5.0%	0	100%
Da apoyo especiales a los estudiantes que tienen problemas de rendimiento	18.0%	45.7%	30.7%	5.7%	0	100%
Da apoyos especiales a los estudiantes que tienen problemas emocionales o psicológicos	17.7%	46.7%	36.3%	5.3%	0	100%

Fuente: propia abril de 2015. Nota. La información contenida en las Tablas 1,2 y 3 es parte de un mismo grupo de resultados que ha sido dividido en tres partes.

Tabla 1. Percepción de la RSU por los estudiantes de 9° Semestre. (Parte 2).

Preguntas	Respuestas					% Total
	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	No sabe	
6. Medio ambiente y desarrollo sustentable, Mi universidad:						
Capacita a sus miembros en el autocuidado, informado acerca de cómo las personas pueden prevenir ciertas enfermedades	17.3%	46.3%	29.7%	4.7%	2.0%	100%
Tiene una preocupación especial por la formación de sus estudios en el cuidado del medio ambiente	14.0%	56.7%	23.0%	5.7%	.7%	100%
Incentiva a sus miembros a economizar el agua, la energía, etc.	16.7%	48.3%	29.3%	4.7%	1.0%	100%
Establece normas que limitan el consumo de cigarrillos en espacios públicos cerrados	23.0%	48.7%	19.7%	7.7%	1.0%	100%
Dispone de depósitos para separar la basura según tipo de material (vidrio, papel, otros)	37.3%	46.0%	13.3%	3.0%	.3%	100%
Crea conciencia en la comunidad universitaria de los problemas ambientales que enfrenta nuestra sociedad	22.0%	49.7%	22.3%	5.3%	.7%	100%
7. Aceptación y aprecio a la diversidad, Mi universidad						
Actúa con respeto por la diversidad humana que hay en ella (razas, nacionalidades, culturas, etc.)	32.7%	55.2%	9.7%	2.3%	0	100%
Facilita la posibilidad de expresión de las diversas tendencias religiosas de sus miembros	22.7%	58.0%	15.7%	3.3%	.3%	100%
Se preocupa de que las diversas tendencias políticas de sus miembros sean respetadas	22.3%	55.7%	18.7%	3.3%	0	100%
Realiza foros y paneles para que sus miembros conozcan las distintas posturas que hay frente a problemas de interés	21.7%	49.7%	23.0%	4.3%	1.3%	100%

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

nacional

Da facilidad de acceso a ella a grupos especiales (discapacitados, indígenas, etc.)	22.0%	56.7%	16.3%	2.3%	2.7%	100%
---	-------	-------	-------	------	------	------

Posee infraestructura especialmente adecuada para discapacitados	20.3%	56.3%	19.3%	3.3%	.7%	100%
--	-------	-------	-------	------	-----	------

8. Compromiso con la verdad. La universidad

Realiza su enseñanza con un fuerte apego a la verdad sin acomodarla ni ocultarla para satisfacer intereses particulares	20.3%	58.0%	18.0%	3.0%	.7%	100%
---	-------	-------	-------	------	-----	------

Desarrolla el espíritu crítico de sus estudios a través de sus actividades de aprendizaje	15.3%	63.3%	18.7%	2.3%	.3%	100%
---	-------	-------	-------	------	-----	------

Realiza una comunicación interna honesta y transparente	18.7%	55.3%	23.0%	3.0%	0	100%
---	-------	-------	-------	------	---	------

Realiza un marketing honesto y transparente hacia la comunidad	17.7%	55.7%	21.0%	3.3%	2.3%	100%
--	-------	-------	-------	------	------	------

Da reconocimiento al compromiso con la verdad de sus miembros	15.7%	63.3%	16.0%	2.7%	2.3%	100%
---	-------	-------	-------	------	------	------

Estimula las ideas creativas de sus estudiantes	18.3%	58.7%	19.0%	3.0%	1.0%	100%
---	-------	-------	-------	------	------	------

9. Integridad. Mi universidad

Cuenta con criterios éticos escritos y conocidos por la universidad para orientar las conductas de sus miembros	20.3%	61.3%	15.3%	2.0%	1.0%	100%
---	-------	-------	-------	------	------	------

Sus autoridades muestran coherencia entre sus principios y sus acciones	19.0%	55.3%	20.3%	4.7%	.7%	100%
---	-------	-------	-------	------	-----	------

Los docentes son estrictos frente a conductas de deshonestidad académica de sus estudiantes	20.0%	60.3%	16.3%	2.7%	.7%	100%
---	-------	-------	-------	------	-----	------

La conducta de los docentes es coherente con los criterios éticos que tiene la universidad	18.7%	57.0%	21.0%	3.0%	.3%	100%
--	-------	-------	-------	------	-----	------

Cumple los compromisos contraídos con sus estudiantes	16.0%	62.3%	18.3%	2.3%	1.0%	100%
---	-------	-------	-------	------	------	------

Promueve que los estudiantes respeten la propiedad intelectual	22.0%	57.7%	17.0%	2.3%	1.0%	100%
--	-------	-------	-------	------	------	------

Fuente: propia abril de 2015. Nota. La información contenida en las Tablas 1,2 y 3 es parte de un mismo grupo de resultados que ha sido dividido en tres partes.

Tabla 1. Percepción de la RSU por los estudiantes de 9º Semestre. (Parte 3).

Preguntas	Respuestas					% Total
	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	No sabe	
10. Excelencia. La universidad						
Imparte una formación profesional e intelectual de alto nivel a sus estudiantes	23.7%	58.0%	14.3%	3.7%	.3%	100%
Tiene una política de docencia que promueve el desarrollo integral de los estudiantes	21.7%	59.3%	14.0%	3.3%	1.7%	100%
Usa sistemas para que los estudiantes evalúen el desempeño docente	21.7%	60.3%	14.7%	2.7%	.7%	100%
Promueve la innovación y actualización de los currículos	22.7%	55.0%	17.7%	5.3%	1.3%	100%
Promueve la innovación de los métodos de enseñanza	22.0%	53.7%	18.3%	4.7%	1.3%	100%
Presta servicios de apoyo a la docencia (computación, bibliotecas, tutorías, etc.) que de alta calidad	28.0%	56.3%	11.0%	4.0%	.7%	100%
11. Interdependencia e interdisciplina. Mi universidad						
Promueve que los cursos tengan un enfoque interdisciplinario	19.0%	57.3%	20.3%	2.3%	1.0%	100%
Tiene mallas curriculares que exigen a los estudiantes tomar cursos de otras disciplinas	15.0%	58.3%	22.3%	3.0%	1.3%	100%
Incentiva el trabajo en equipo de sus estudiantes	21.0%	61.3%	15.7%	1.7%	.3%	100%
Busca solucionar los problemas que se presentan con la participación de las personas o estamentos directamente afectados	20.3%	61.0%	15.7%	1.7%	1.3%	100%

Propicia que las actividades académicas traten los desafíos o problemas que enfrenta nuestra sociedad	17.7%	60.0%	19.0%	2.3%	1.0%	100%
Promueve el vínculo de las actividades universitarias con la comunidad local	17.7%	60.0%	18.0%	3.0%	1.3%	100%

Fuente: propia abril de 2015. Nota. La información contenida en las Tablas 1,2 y 3 es parte de un mismo grupo de resultados que ha sido dividido en tres partes.

Análisis de resultados

La información que nos ha proporcionado la herramienta que utilizamos, nos muestra que aunque aún no se alcanzan los resultados ideales del comportamiento de la responsabilidad social por los profesores, los alumnos reconocen que se han hecho esfuerzos importantes por tratar de seguir un camino en este sendero. Como se puede apreciar en las tablas 1,2 y 3 que forman parte de un mismo resultado podemos apreciar que las respuestas de manera general más fuertes de la percepción de los estudiantes está cargada hacia respuestas de las afirmaciones *De acuerdo* (55.10%) solo En las respuestas cuyas afirmaciones deberían ser respondidas con *Muy de acuerdo* un 20.14% las escogió, sin embargo, en las respuestas con el título de *Poco de acuerdo* se refleja un 20.07%, el resto que representa un 4.69% aproximadamente se refleja en promedio en las dos últimas respuestas que son *Nada de acuerdo* y *No sabe*, lo que nos dice que al menos hay una sensación razonablemente buena acerca de la percepción de los estudiantes hacia sus profesores, existen áreas de oportunidad que se tienen que ir puliendo por los profesores ya que aunque la sensación de un 75.24 % está dentro de los rangos ideales el 24.276% aun refleja dudas de manera general sobre la aplicación de esta práctica por sus profesores. Es como quiera importante reflejar que la Facultad de Contaduría Pública y Administración está transitando hacia una cultura de acciones con responsabilidad social para la construcción de una cultura de la legalidad universitaria, se pudo comprobar que, existe una percepción del liderazgo ético con responsabilidad social universitaria en la institución y en

los docentes desde la óptica del estudiante, y que aunque existen áreas de mejora se va en el camino.

CONCLUSIÓN

Interesarnos por el otro o los otros, es un aspecto requerido en nuestros tiempos, por lo que entonces se toma en cuenta el siguiente fragmento del libro hipoteca social: “El futuro de un país está en su gente, específicamente en la calidad de la educación que recibe. Por ello las instituciones educativas, públicas o privadas, tienen un gran compromiso con México, compromiso que implica ofrecer una educación con calidad, a millones de mexicanos que acuden a dichas instituciones, recibir una formación integral que los prepare para asumir su compromiso con la nación, así como adquirir las competencias necesarias para acceder el mercado laboral.” (Ramírez, 2013, p.20)

Todo ello nos lleva a reflexionar sobre, la Universidad debe abocarse a considerar en su estrategias: la implementación de tácticas que le permitan a una parte de la población generar opciones de desarrollo personal y profesional distintas a la de conseguir un empleo, incluir, en los currículos de las carreras profesionales y programas de postgrado, asignaturas o créditos relacionados con el espíritu empresarial, el emprendedurismo y la creatividad empresarial, bajo el enfoque de RS. Tener una relación universidad – entorno socioeconómico, con el fin de abocarse a desarrollar programas que faciliten la incorporación de las comunidades al sistema económico social. Implementar programas con el fin de que la universidad a través de sus actores cumplan con la participación social con el fin de buscar el desarrollo de proyectos sociales que satisfagan necesidades de las comunidades, en las que los programas contengan materias de formulación y elaboración de proyectos sociales, costos de proyectos sociales, presupuestos, valores éticos y morales,

responsabilidad social, desarrollo humano, gestión social, microcréditos. Protección y sostenibilidad ambiental y elaborar proyectos no formales que busquen desarrollar herramientas de sostenibilidad económica a las comunidades excluidas. Todo ello reflejando el liderazgo ético y la RS adquirido por los nuevos profesionistas egresados de las universidades.

REFERENCIAS

1. Alexei, C. (2005). *La Ética Profesional. Una exigencia en la formación del profesorado general integral dentro del contexto de la escuela cubano actual*, Cuba: Granma obtenido de la página <http://www.ilustrados.com/tema/7002/etica-profesional-exigencia-formacion-Profesor-General.html> CON fecha 13 de abril, 2015.
2. Araiza, M.J. & Jardines, FJ. (2012). El Liderazgo Educativo y Las Competencias Tecnológicas Como Generadores del Cambio. *Daena: International Journal of Good Conscience*, vol. 7, no. 3, pp. 82-87.
3. Kliksberg, B. (2005). *Valores Éticos y Vida Cotidiana*. Buenos Aires: Milá
4. Kliksberg, B. (2010). *Más ética, más desarrollo*. Buenos Aires.: Temas Grupo Editorial SRL.
5. Guzmán, W. (2004). *4 principios éticos del educador para que nuestra educación sea humano y cristiano de calidad*, Bogotá, Colombia: Distrito Lasallista. Obtenido el 15 de julio 2008, en [http:// www. Lasalle.org.co](http://www.Lasalle.org.co). recuperado en fecha.
6. Koontz, H. (2012). *Administración: Una Perspectiva global y Empresarial*. Mc Graw Hill (México).
7. Morataya, J.P., (2010), *La experiencia educativa solidaria: Recurso fundante de la responsabilidad social*
8. Ramírez, D.N. (2013), (p.20), *Hipoteca social*, México, D.F.: Mc. Graw Hill
9. UANL, (2013). El modelo de Responsabilidad social dela UANL.

10. Universidad Construye País (2004). *Observando la Responsabilidad Social Universitaria*.

Obtenido en:

http://www.rsu.uninter.edu.mx/doc/herramientas_RSU/ObservandolaRSU.pdf

11. Vallaey F., (2012, enero). Definir la responsabilidad social: una urgencia filosófica. *Observatorio Regional de Responsabilidad Social para América Latina y el Caribe (IESALC-UNESCO)* Bogotá, Colombia. Consultado en:

http://www.iesalc.unesco.org.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=2873:articulo-francois-vallaey-consultor-internacional-en-responsabilidad-social-francia&catid=233&Itemid=966&lang=es

12. Valleys, F., (2013, septiembre) La responsabilidad social de la Universidad. (*Repositorio Institucional palestra, portal de asuntos públicos de la PUCP*). Consultado el 5 feb 2015 en:

<http://repositorio.pucp.edu.pe/index//handle/123456789/11974>.



IMPACTO QUE TIENE LA INVERSION EN EDUCACION SUPERIOR EN EL DESARROLLO ECONOMICO: FACTOR CRÍTICO DE PROGRESO ECONOMICO

*Dr. José Barragán-Codina,
M.A. Felipe Pale-Cervantes,
Lic. Carlos Landeros-García
Escuela de Negocios*

Universidad Autónoma de Nuevo León

Fecha de envío: 10/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 17/Junio/2015

Resumen

¿Cuál podría ser considerado como el principal aporte de un egresado universitario a la comunidad empresarial? Son muchas las expectativas, pero en tiempos de crisis, la contratación de egresados universitarios por parte de las empresas, se reduce contundentemente al incremento en las utilidades o su participación rentable en el mercado. Esta investigación pretende ofrecer un panorama en sus referencias cuantitativas y cualitativas sobre la efectiva aportación que hacen los egresados universitarios al desarrollo económico de una región y particularmente a la de una nación, en tiempos de altos índices de desempleo.

Palabras clave: Egresados, comunidad empresarial, desarrollo económico, utilidades

Abstract

Which you could be consider as the main contribution of university graduate to enterprises? The expectations are many, but in times of crisis, hiring of graduate university, is reduced to the increase their profits or their share of their market. This research aims to offer a quantitative and qualitative perspective of the contribution of graduates to economic development of a region and particularly of a nation.

Key words: Graduate, enterprise community, economic development, profits

Introducción

Si efectuamos un análisis de los factores considerados como críticos para el éxito del desarrollo económico de una entidad, seguramente la educación se sitúa en los primeros lugares sobre las prioridades de manejo que el gobierno debe mantener dentro de su administración, ya que la inversión en educación, se traduce posteriormente, en impactos económicos de alto beneficio, tales como generación de nuevas tecnologías y sistemas de producción y aprovechamiento de recursos, apoyos en la creación de empresas con mayor rentabilidad y competitividad en su operación, incremento en fuentes de empleo, y un considerable incremento en el ingreso personal de los egresados universitarios. La inversión en educación debe ser considerada como el centro neurálgico de una estrategia de desarrollo económico en una entidad, ya que es la educación quien finalmente se da a la tarea de formar a las siguientes generaciones de profesionistas que prácticamente serán los responsables de los destinos económicos de su comunidad.

El Estado deberá comprometerse e involucrarse directamente en programas de apoyo a la inversión en educación como parte de los enfoques estratégicos para el desarrollo económico que pretende llevar a la comunidad.

La economía que emerge

La economía que resulta en nuestro aquí y ahora, es conocida como economía del conocimiento, también se le llama economía basada en la información, o en el aprendizaje, y finalmente concluimos después de interminables rondas de trabajo entre intelectuales, empresarios, económicos, políticos y académicos, que el conocimiento forjado en las universidades adquiere un rol central en el proceso productivo y competitivo de la economía, debido no solo por la adquisición del conocimiento permanente, sino por la generación y aplicación de nuevas tecnologías traducidas en una habilidad más competitiva: aprender con inteligencia y desarrollar progreso accesible a toda la comunidad, como es declarado en la OECD.

Los postulados de la OECD ante la inversión en educación.

La mayoría de los países de América Latina han reconocido la necesidad de una inversión masiva a nivel de la educación secundaria. Durante las reuniones organizadas por el Gobierno del Estado de Nuevo León, llamada “El Futuro de las Américas” en Enero del 2004, se confirmó la intención de lograr una transformación de “mano-factura” a “mente-factura” y esto es obviamente mucho más factible a través de la educación universitaria en conjunto con la planta productiva del Estado.

Para tener una fuerza de trabajo calificada y adaptada a las necesidades de una economía abierta y responder a una fuerte demanda social, países como Chile y Argentina han iniciado una profunda reforma curricular con el propósito de elevar la calidad de la educación universitaria. Estas reformas los han llevado a cuestionar el funcionamiento

actual del sector de la educación técnico-profesional y cuáles son los cambios necesarios para un mejor desempeño económico. Entre las consideraciones más importantes están, primordialmente la adecuada selección de las disciplinas a enseñar y cómo enseñarlas, el volumen de inversión en educación universitaria, el papel que debería jugar el financiamiento público con relación a la inversión en educación universitaria, los mejores incentivos requeridos para promover la vinculación con las empresas, las reformas institucionales para adaptar las escuelas técnicas a los “clúster” estratégicos existentes, y el papel de los programas de empleo para los egresados universitarios, que dicho sea de paso, debe ser considerado como estratégico. En referencia a las economías emergentes, como México, y pertenecientes a la OCDE ofrece algunos tópicos de reflexión.

Los países de la OCDE a pesar de una disminución de la par relativa del grupo de edad de 15 a 24 años en la población, del alto nivel de escolarización de estos jóvenes y de los múltiples programas dedicados al empleo, siguen enfrentando los problemas de la transición de los jóvenes al empleo. En febrero de 1999 tuvo lugar en Washington la conferencia “La formación de los jóvenes para el siglo 21: Las lecciones de política de las últimas dos décadas” para examinar los primeros resultados de algunos estudios realizados en 14 países de la OCDE. Estos estudios trataron de responder a las siguientes tres preguntas:

1. cómo asegurar que las políticas de educación, sociales y de empleo sean más coherentes para así permitir a los jóvenes un mejor inicio de su vida;
2. cómo desarrollar políticas más eficientes para tratar los problemas específicos de los jóvenes desfavorecidos, y ;
3. cómo ayudar los jóvenes a tener mejores carreras profesionales.

Este documento pretende justificar en su más amplia forma, que la inversión gubernamental en educación superior, llega a traducirse en factor relevante para el desarrollo económico del estado, tomando en cuenta escenarios similares en países latinoamericanos pertenecientes a la OECD.

No debe considerarse que toda política educativa contribuye en desarrollo económico

Según un estudio de López, Thomas y Wang (2009) sobre reportes del Banco Mundial, mantienen que un gran número de países que han logrado un fuerte desarrollo económico lo han acompañado de una inversión substancial en capital humano. Las principales teorías económicas confirman esta relación causal entre la educación y el crecimiento, y muchos estudios demuestran la rentabilidad de una inversión en educación. En cuanto a la medición de la contribución de la educación al desarrollo económico es realmente difícil de someterse a medición, y por tanto la evidencia empírica demuestra que la educación por sí misma no garantiza en todo caso un desarrollo exitoso y sostenible. Debe formar parte de un plan estratégico, integral y firmemente condensado y aceptado formalmente como compromiso entre gobierno, universidades y organizaciones empresariales, para que se considere que realmente como política educativa, tiene impacto en el desarrollo económico.

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

Los autores de este estudio, R. López, V. Thomas y Y. Wang, ponen en evidencia que la educación para ser eficiente debe acompañarse de una serie de reformas económicas que mejoran su impacto, tal como la apertura al comercio internacional y un mercado de trabajo competitivo y flexible para el uso de las competencias. A su vez, prueban la hipótesis de una relación virtuosa en la cual la apertura económica crea una demanda para la educación y el conocimiento incrementa el valor de las exportaciones y la competitividad del país. Por ejemplo, en un contexto de mercado competitivo y abierto, un crecimiento de 5% del nivel de educación de la fuerza de trabajo puede acelerar el crecimiento económico en 0.85%.

Adicionalmente, muestran que las políticas educativas no son equivalentes y que la distribución de la inversión en educación es importante: una mayor inequidad en la distribución de la educación tiene un impacto negativo sobre el crecimiento económico. En el siguiente gráfico se presenta la evolución durante el periodo 1970-95 del coeficiente de Gini de inequidad educativa para una selección de países que muestran situaciones contrastadas. Mientras más alto sea el coeficiente, mayor es la inequidad. Con la democratización del acceso a la educación se observa una tendencia general a la reducción de la inequidad. Los casos más notables son Corea y México. Se puede verificar una excepción con Venezuela donde recién empeoró la inequidad educativa a pesar de tener una de las más largas democracias de América Latina. Esta inequidad es el resultado de la gratuidad en la educación superior que favorece una minoría. El excesivo gasto público a este nivel genera una carencia de recursos para mejorar el acceso a la educación básica. En Chile, durante la década 85-95 el nivel de inequidad se mantuvo estable, mientras que en Argentina se produjo una reducción significativa de la inequidad.

El retorno de la inversión en educación para los estudiantes

Una interesante perspectiva sobre el tema de la inversión en educación, es el observar a través de las estadísticas, en el caso particular de México, como se puede advertir la recuperación de la inversión que los estudiantes llevan a cabo en su propia educación.

Según la información de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) que levantó el INEGI en el 2000, encontramos algunos resultados interesantes. Los \$ 21.42 pesos por hora que en promedio percibieron los 26.3 millones de personas con remuneraciones por trabajo durante el periodo de referencia de la encuesta, se distribuyeron de manera claramente diferenciada según logros educativos de los egresados

De esta manera, los perceptores ocupados sin instrucción, percibieron sólo \$ 8.02 pesos por hora, en tanto que aquellos con primaria incompleta obtuvieron \$10.20 pesos por hora, indicando que unos cuantos años de escolaridad básica pueden tener efectos importantes en los ingresos de las personas (+ 27% por hora).

A su vez, terminar la primaria también resulta redituable al ofrecer un ingreso

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

laboral esperado de \$14.27 pesos por hora, lo que significa una diferencia de 40% respecto de quienes tienen primaria incompleta y de 78% por encima de lo que reciben quienes no tienen ninguna instrucción.

Los datos de la ENIGH 2010 reflejan, además, que quienes iniciaron la secundaria pero no la terminaron, reciben en promedio \$ 13.51 pesos por hora, lo que si se toma tal cual (es decir, suponiendo que el error promedio de la estimación para este segmento de la población no es demasiado grande) sugiere que una vez que se terminó la primaria no es redituable estudiar uno o dos años adicionales en el siguiente nivel si éste no se termina. De esta manera tener secundaria inconclusa implica un ingreso 5% inferior al que se tendría sólo con la primaria incompleta y sin estudios de secundaria.

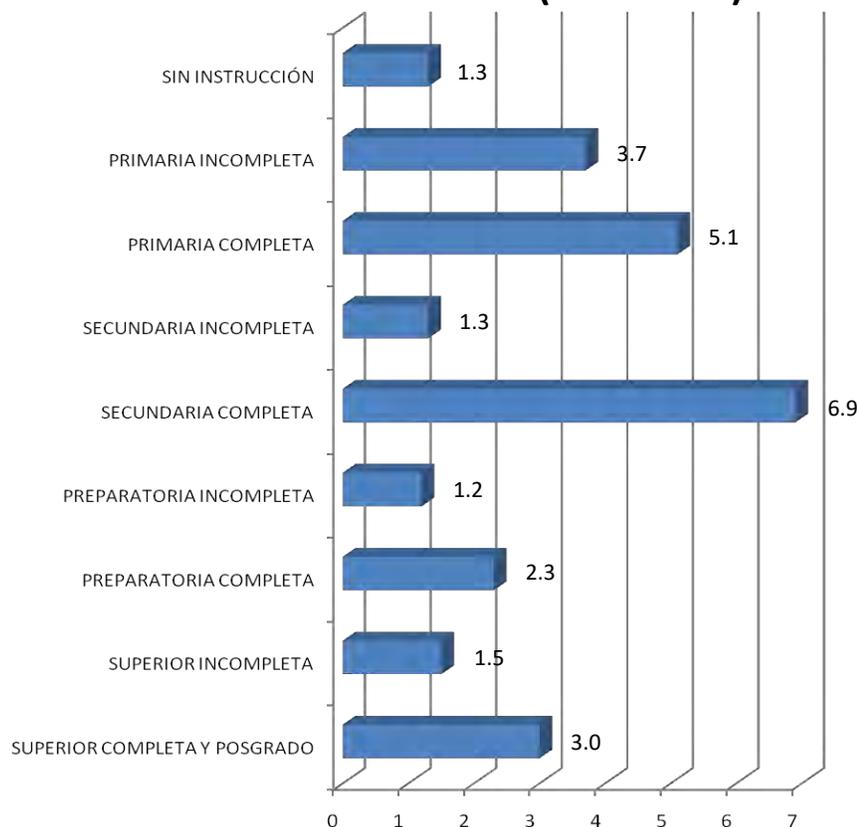
Sin embargo, las cifras indican que la perseverancia se presenta como una virtud económicamente redituable ya que quienes terminan la secundaria reciben a cambio de su trabajo un promedio de \$17.27 pesos por hora, lo que significa una diferencia positiva de 21% con respecto de quienes sólo tienen primaria completa.

A diferencia de lo que ocurre en el caso de la educación secundaria, tener estudios truncos de preparatoria resulta económicamente redituable, debido a que quienes están en esa circunstancia perciben ingresos laborales de \$19.58 pesos por hora, lo que se traduce en una ventaja de 13.4% con respecto de quienes sólo tienen secundaria terminada.

Veamos el cuadro No. 1

PERCEPTORES OCUPADOS CON INGRESO LABORAL SEGÚN NIVEL DE INSTRUCCIÓN (MILLONES)

TOTAL = 26.3 MILLONES



FUENTE: INEGI, ENIGH 2010

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMATICA OCTUBRE 2012

Similarmente, tener estudios superiores suspendidos, implica también una ventaja importante respecto de quienes se quedan sólo con la preparatoria, ya que el grupo con educación superior trunca ingresa, según la ENIGH 2010, un promedio de \$32.03 pesos por hora, lo que implica una diferencia favorable de 30% con respecto al segmento de referencia.

Finalmente los que cuentan con educación superior completa (incluyendo a la población con posgrado) son los que tienen la mejor situación en cuanto a ingresos ya que reciben un promedio de \$59.6 pesos por hora, lo cual es 86% mayor que la de los que cuentan con estudios superiores incompletos, 142% más alta de los que sólo estudiaron preparatoria completa, 245% más elevada que aquellos con secundaria completa, 318%

más grande que la de los que terminaron la primaria y 643% por encima de los ingresos que perciben quienes no tienen instrucción formal.

Cuadro No. 2

PERCEPTORES OCUPADOS CON INGRESO LABORAL SEGÚN NIVEL DE INSTRUCCIÓN (MILLONES)

TOTAL = 26.3 MILLONES



FUENTE: INEGI. ENIGH 2010

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA
OCTUBRE 2012**

En síntesis, la información estadística de la ENIGH 2010, representativa a nivel nacional, refleja que, efectivamente, en la mayoría de los casos la educación adicional implica ingreso adicional. Además podemos observar que al progresar en los niveles de escolaridad el ingreso aumenta en proporciones diferentes según el nivel de que se trate y, finalmente, muestra que en general terminar una carrera representa muy alta probabilidad de obtener ingresos claramente superiores de los del caso contrario.

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

La importancia de estos datos se hace mucho más evidente cuando reconocemos que sólo el 11% de los perceptores ocupados con remuneraciones al trabajo, cuenta con estudios terminados de educación superior.

Bajo esta perspectiva, recordamos que nuestros padres nos decían: “tienes que estudiar más, si quieres ganar más”, y de conformidad a las cifras del INEGI, esta consejo – advertencia sigue teniendo validez en nuestros días, aplicable a nuestros hijos y a futuras generaciones. Al parecer, estudiar y sobre todo terminar una carrera profesional nos lleva a considerar que si hay un retorno sobre la inversión para el graduado.

Invertir en educación inicial, es hacerlo en una nueva ciudadanía: UNICEF

Invertir en educación inicial es "invertir en la construcción de la ciudadanía", pues de esta forma se estimula el desarrollo físico, social y cognitivo, que comienza a formarse en los primeros meses de vida en los niños, según el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef).

Por su parte, la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) asegura que el aprendizaje en la primera infancia facilita el "ulterior aprovechamiento escolar", además de favorecer la permanencia en la escuela.

No obstante, asegura que en los países en desarrollo este tipo de educación es aún focalizada, aunque ha habido avances en la matrícula de educación preprimaria, que en la región ha crecido más de 60 por ciento en el último decenio.

Para contribuir a ampliar la cobertura a escala global y elaborar un documento técnico que sirva de guía a las naciones para establecer estrategias educativas, tanto en educación inicial como en preescolar, se llevó a cabo en Morelia, Michoacán, el quinto Congreso Mundial de Educación Infantil, organizado por la Asociación Mundial de Educadores Infantiles (AMEI), en coordinación con la Unesco, la Secretaría de Educación de Michoacán y la Universidad Pedagógica Nacional, en donde quedo en manifiesto la importancia de esta postulación.

Por lo anterior, podemos establecer que la inversión en educación, busca formar también una ciudadanía que no solo se preocupe de la creación y aseguramiento de sus fuentes de trabajo, sino que establezcan acciones concretas en materia de Responsabilidad Social Empresaria para de esta manera, contribuir al desarrollo sustentable de su región, y en final instancia, ese desarrollo sostenible del modelo económico en el cual se han integrado.

En pocas palabras: se invierte en educación, para formar ciudadanos con valores y para desarrollar la economía sostenible

El impacto de la educación sobre el empleo

La combinación entre las características del sistema educativo y las características del mercado de empleo hace difícil llegar a establecer la relación directa entre la inversión en

educación y el desarrollo económico, pues se considera que el primero acceso de los egresados de educación superior es precisamente al mercado laboral, en donde comienza su verdadera aplicación de conocimientos adquiridos en las aulas y esperan que los frutos se conviertan en formulas transformadoras en el mejoramiento de una modelo económico, que a la larga sea tierra fértil para la creación de empleos bien remunerados y que permitan el innovación y modernidad.

Ahora, sobre el desempleo. En el siguiente cuadro 3, Francia aparece en una situación mucho más favorable que Inglaterra y los Estados Unidos como un país que tiene menos jóvenes “en la calle”. Se puede decir que Francia tiene una política muy activa para aumentar las competencias de los jóvenes, reducir la deserción y limitar los problemas sociales de los jóvenes desocupados mediante sus programas universitarios. Es decir, justifican una política educativa por sus externalidades, tales como la reducción de los fenómenos de violencia o de droga. También se puede interpretar como un país que por falta de tener un mercado de trabajo suficientemente abierto y flexible que facilite la entrada de los jóvenes, debe invertir muchos recursos públicos para mantenerlos en el sistema educativo y limitar el desempleo de los mismos.

Cuadro 3 Jóvenes de 15 a 19 Años que no están en Formación y no tienen Empleo como % de la Población (2006)

Francia	3
Alemania	4
Austria	7
Estados Unidos	8
Australia	9
Inglaterra	12
España	14

Fuente: OCDE Examen Thematique sur la transition de la formation initiale a la vie active; Nov. 2008

La transición de los jóvenes egresados al mercado de empleo se debe también observar en el contexto más largo de la capacidad de formación a lo largo de la vida y la equidad. Así, por ejemplo los Estados Unidos tiene un desempleo de jóvenes muy bajo, inclusive para los jóvenes que salen del sistema de educación temprano con un bajo nivel de calificación.

Esto es el resultado de un mercado de empleo muy abierto y flexible. Por lo tanto, los estudios demuestran que son una minoría los jóvenes que a lo largo de su carrera profesional tendrán la posibilidad de capacitarse y modificar sustancialmente su situación de ingreso. Los Estados Unidos se caracterizan por tener la más alta proporción de jóvenes con trabajos de bajo salario y la más larga duración en esta situación.

Conclusión

La observación de estas diferencias en los países de la OCDE puede dar la impresión de que es difícil obtener recomendaciones que sean útiles para países que buscan el desarrollo de la educación y de su modelo económico. Pero no es así, las experiencias de los países de la OCDE muestran que cada país trata de salir de su modelo económico tradicional, tomando de otros las fórmulas exitosas para llegar a una oferta educativa mucho más diversificada que pueda integrarse exitosamente con sus “clúster’s” estratégicos de desarrollo económico. Para mejorar la empleabilidad de los jóvenes egresados de la educación superior y facilitar la transición al empleo, las políticas en marcha en los países de la OCDE tienen los siguientes puntos de convergencia:

- Elevar el nivel de formación inicial de todos los jóvenes para darles posibilidades de educación continua.
- Definir de manera clara la oferta de capacitación diversificada y consistente, incluyendo la posibilidad de transición a nivel superior que les permita elegir y progresar.
- Multiplicar las relaciones con los profesionales para abrir grandes posibilidades de formación en alternancia, de aprendizaje y de aplicación de conocimientos.
- Mediante programas de vinculación efectiva, fomentar mercados de trabajo más accesibles a los egresados.
- Organizar un currículum integrando la educación general y la formación profesional de manera que se permita la movilidad entre carreras.
- Implementar programas específicos de capacitación para jóvenes en riesgo de ser excluidos.
- Contar con sistemas de orientación para jóvenes y sistemas de información sobre el empleo.
- Desarrollar instrumentos de monitoreo e indicadores que destaquen la relación entre educación y empleo y permitan a múltiples actores interactuar para orientar los sistemas.

Aun y cuando la educación es mucho más que su dimensión económica. Es la razón por la cual la relación educación / impacto económico es compleja. Siempre hay estudiantes que eligen un camino de vida diferente para el cual fueron formados. Pero la clave está en la atención que el gobierno dedique a la inversión en educación superior, como el factor crítico para su desarrollo económico, ya podemos estar seguros que un egresado con una formación en investigación, manejo de laboratorios y plenamente convencido de aplicar las

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

mejores prácticas de negocios, seguramente tendrá mucho que aportar para el crecimiento y modernización de su modelo económico, capaz de transformar la referencia tradicional de ser simplemente un seguidor de modelos económicos, a un verdadero innovador en tecnología y transferencia de la misma, contribuyendo directamente al fortalecimiento económico de nuestro país.

Bibliografía

- Aragón Núñez E. ¿Qué sucede entre la escuela y la familia? Aproximación a una caracterización de la relación de las instituciones educacionales y la familia.: EN CD Didáctica. ISP Enrique José Varona. 2011
- DEL ÁGUILA, Rafael. *La Participación Política Como Generadora de Educación Cívica y Gobernabilidad*. Autónoma de Madrid. .
- Document de Synthèse, Préparer les Jeunes au 21eme Siècle: Les Leçons a Tirer des Deux dernières Décennies, Conférence organisée para l'OCDE, le Département of Labor et le Département of Education des Etats-Unis, Washington, DC, 23-24 février 2009.
- Examen Thématique sur la Transition de la Formation Initiale a la Vie Active, Rapport Comparatif a l'Issue de la Première Phase, OECD, Oct. 30, 2008.
- FILMUS, Daniel y FRIGERIO, G. *Educación, Autoritarismo y Democracia*. FLACSO. . 2008.
- FILMUS, Daniel. *Concertación Educativa Y Gobernabilidad Democrática en Latina*. AIQUE. 2006.
- FLUHARTY LEE, Vernon. *La de los Millones 1930-1956*. ancora Editores. 2001. Pittsburg.
- GARAY, Luis Jorge. *Repensar a Colombia*. Talleres del Milenio PNUD. Queber World Bogotá. 2002.
- INEGI, ENIGH 2010 Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática Octubre, 2012.
- López, Thomas y Wang. 2009. Addressing the Education Puzzle: The distribution of education and economic reforms, World Bank draft paper.
- Pathways and Participation in Vocational and Technical Education and Training, OECD 2010.



LOS NUEVOS MODELOS ACADÉMICOS EN LAS ESCUELAS DE NEGOCIOS.

Dra. Rosalba Martínez Hernández.

rosalba.martinez@pfca.uaslp.mx

*Profesor Investigador de tiempo Completo **

Dra. Azucena del Carmen Martínez Rodríguez.

azucena.martinez@uaslp.mx

*Profesor Investigador de tiempo Completo**

DR. Carlos González López.

carlos@pfca.uaslp.mx

*Director de la Facultad de Contaduría y Administración **

**Universidad Autónoma de San Luis Potosí.*

Álvaro Obregón 64, Zona Centro, CP 78000

Nacionalidad, Mexicana.

Fecha de envío: 23/Abril/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

Programa Educativo de Contaduría Pública: Una reflexión sobre los factores que inciden en su pertinencia y calidad.

Resumen

“México con Educación de Calidad” constituye uno de los objetivos y ejes primordiales del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. En este contexto y ante el entorno, económico político y social que se vive en el país, entre otros factores, existe una demanda constante de una oferta pertinente y de calidad hacia las Instituciones de Educación Superior (IES). Aquellas que ofertan el PE de Contaduría Pública enfrentan demandas y retos adicionales. De ahí que este trabajo pretende identificar algunos de los factores que inciden en la formación contable, con base en la revisión de literatura publicada tanto desde la perspectiva académica, como desde la perspectiva profesional. Asimismo, los resultados de este trabajo ofrecen una reflexión sobre el curriculum del Contador Público y contribuyen a ofrecer elementos de referencia a considerar en los procesos de planificación y del diseño curricular de las IES que ofertan la licenciatura de CP.

Palabras Clave: Contador Público, Curriculum, Formación Contable, Instituciones de Educación Superior, Reestructura, Tendencias.

Abstract

"Mexico with Quality Education" is a primary objective and pillar of the National Development Plan 2013-2018. In addition, the economic, political and social environment from México, among other factors, demands a pertinent and quality Superior Education. Specifically those Business Schools that offers the Educative Programs in Accounting face additional demands and challenges. Hence, this paper based on a review of published literature both from an academic perspective, and from the professional perspective, pretends to identify some factors that affect the accounting education. Also, the results of this study offer an interesting reflection on accountants' formation. It could help to provide a benchmark useful in the design and plan of the curriculum for the higher education institutions.

Keywords: Accounting Education, Curriculum, Higher Education Institutions, Public Accountant, Trends.

1. Introducción

Las formas de comercio y los negocios se han revolucionado con los avances científicos y tecnológicos. Asimismo, la práctica contable ha evolucionado para ir más allá de la generación de información útil para los diferentes usuarios de la misma. Por su parte, el estudio e investigación de la contabilidad se ha desarrollado notablemente, mediante la publicación en revistas tanto nacionales como internacionales. Los tópicos contables constituyen un tema importante en foros, debates, congresos y seminarios. Entre sus líneas de investigación destaca un eje temático relacionado con la educación y formación contable.

En este contexto, las IES que ofertan la licenciatura en Contaduría Pública tienen el reto de formar profesionales a través de un currículum, no sólo acorde al contexto actual y a las funciones vigentes de la contabilidad y las demandas de la profesión contable, sino que además se anticipe y vaya más allá de las condiciones vigentes del entorno. De ahí que surgen interrogantes en relación a la pertinencia de la oferta de la licenciatura en Contaduría pública en el contexto actual; en relación a los factores del contexto que se han de considerar para asegurar la pertinencia de la oferta del programa educativo de Contador Público; y en relación a los aspectos del entorno internacional y nacional que inciden en el currículo del Contador público. La parte central de este documento pretende dar respuesta a dichas interrogantes y con ello ofrecer elementos que sirvan de apoyo y fundamentación del cambio curricular para las IES que ofertan la licenciatura en Contaduría Pública en México.

Los resultados de este trabajo en cuatro apartados. En principio, se hace una breve referencia a las implicaciones del currículum (Epígrafe 1), en segundo lugar se describen los factores que determinan el currículum para el Contador Público (Epígrafe 2). Específicamente, se abordan algunos aspectos característicos de la globalización destacando la necesidad de la formación contable y su impacto para las IES de cualquier contexto (Epígrafe 2.1). Posteriormente, se hace referencia a las tendencias internacionales en Educación Superior identificadas con base en el ranking *Ed Universal*, así como, las asociaciones profesionales que certifican a los contadores públicos en el área anglosajona,

líder de la profesión contable (Epígrafe 2.2). A continuación, se analiza el contexto mexicano y su efecto en el currículum del contador público (Epígrafe 2.3). En la parte final de este trabajo se exponen a modo de conclusión una serie de reflexiones y sugerencias para la formación del Contador Público (Epígrafe 3). Así, este trabajo contribuye a la línea de investigación que aborda la educación contable.

2. Marco Teórico

En la literatura previa es posible encontrar diferentes concepciones de *currículum* que tienen sustento en perspectivas teóricas desde principios de siglo XX, no obstante, para efectos de este trabajo por *currículum*, se entiende al proceso iterativo y dinámico mediante el cual los individuos se forman y construyen su identidad, en él se conjugan aspectos estructurales formales (entre los que se comprende, los objetivos curriculares, el plan de estudios, el programa educativo, la secuencia de contenidos o malla curricular y el sistema de evaluación), así como, aspectos de índole práctica (según la tradición selectiva, las acciones concretas que desarrolla el profesor promotoras de actitudes, hábitos y valores que configuran códigos y reglas), orientado el desarrollo del proyecto educativo de un contexto particular. En esta definición cabe destacar las siguientes premisas:

Proceso iterativo y dinámico. Por su naturaleza, el currículum comprende un conjunto de fases que precisan actualizarse a lo largo del tiempo de forma repetida y continua, pues como expresa Stenhouse, (1991) constituyen las bases y principios generales para todos los subprocesos considerados en él, planificación, evaluación y justificación del proyecto educativo. Así, el currículum posibilita, “la adaptación al cambio social, en general, y al sistema educativo en particular” (Glazman y de Ibarrola 1978).

Orientado a la formación de los individuos para construir su identidad. En este sentido desde el currículum incluye y contempla las pedagogías centradas en la formación de individuos, como la postulada por Dewey, J. (1967). Asimismo, comprende una serie de actividades formativas (Popham y Baker, 1970) orientadas a que los individuos logren obtener conocimientos, competencias y habilidades, herramientas, que suponen una mejor

adaptación al cambio del entorno. En este sentido coincidimos con la idea de Bobbit, F. (1918 y 1924) de que el curriculum es una serie de “cosas” que niños y jóvenes deben hacer y experimentar a fin de desarrollar habilidades que los capaciten para decidir asuntos de la vida adulta. Asimismo, compartimos la línea de pensamiento de Bernstein (1971), de que a partir de un curriculum se transmiten códigos y reglas (Lundgren, U. P., 1997) para reconocer y actuar en contextos diversos, contribuyendo a configurar la identidad de los individuos, pues el curriculum “no sólo representa una realidad, sino que también la construye” (Da Silva, 2001).

Orientado a conjugar aspectos estructurales formales y escritos. El curriculum recoge una serie de aspectos formales representados en documentos escritos, autorizados y aprobados por autoridades correspondientes, entre ellos los señalados por Hilda Taba (1962), Popham y Baker (1970), como son: las Metas y objetivos específicos; Selección y organización de contenidos temáticos de materias; Patrones de aprendizaje y enseñanza, Programa de evaluación de los resultados etc. Asimismo, es posible considerar entre los aspectos formales del curriculum la secuencia de unidades de contenido (Gagné R, 1967). Los aspectos escritos y formales han sido diseñados con una finalidad, y una intencionalidad específica “consiente”, la institución se los propone... acuerdo intencional y explícito.

Orientado a conjugar aspectos de índole práctica y oculta. El curriculum va más allá de los aspectos formales, de ahí que si se comparte la idea de Ralph Tyler (1949) y John Galen Saylor y William Alexander, (1970) podemos afirmar que el curriculum incluye “todas las oportunidades de aprendizaje provistas por la escuela” “todas las experiencias de aprendizaje planeadas y dirigidas” destacando además de los aspectos escritos o formales, los ocultos. En opinión de Jackson Philip (1968) y Alicia de Alba (1991), no demuestran intencionalidad, al no ser previstos ni planeados, mucho menos perseguidos, pudiendo ser o no conscientes, (muchas veces son inconscientes), y son el reflejo de comportamientos, costumbres, formas de vestirse, creencias, gustos culturales particulares, que en definitiva las instituciones no se proponen enseñar pero que los alumnos aprenden por ejemplo mediante las actitudes y gestos de sus profesores, actuación determinada por la cultura de la IES. Así, se pone de manifiesto la influencia de quien toma de decisiones respecto a la

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

forma en que se vive el curriculum, incluyendo tanto “lo que se enseña”, como “la forma en que se enseña o se deja de enseñar”, los aprendizajes “ocultos”, formando parte de una tradición selectiva, de la selección de alguien (rector, director, evaluadores y principalmente los profesores, Bernstein (1971).

Orientado al desarrollo del proyecto educativo. Así el curriculum, como sugiere Stenhouse (1991), es un proyecto integrado y flexible traducido en la práctica concreta institucional, “un eslabón entre la cultura y la sociedad exterior, anclado a la escuela y la educación...” (Gimeno-Sacristán, 1988, pág. 34). Cada IES destaca su curriculum y se caracteriza por la forma en que lo desarrolla, en una zona, Estado o país, etc. de modo que se convierte en un referente de quien tiene el poder en la sociedad (Bernstein, 1971).

3. Metodo

Este trabajo se desarrolla con base en la revisión de literatura previa, publicada tanto desde la perspectiva teórica con base en artículos científicos, como en la perspectiva de la práctica profesional en diferentes contextos.

Así, en primer lugar este trabajo se apoya en artículos publicados por la academia en revistas indexadas y libros, y, en segundo lugar, en pronunciamientos expuestos por diferentes asociaciones profesionales que destacan por su trayectoria así como por sus relaciones, autoridad y presencia internacional en el campo de la contabilidad, como son el Institute of Management Accountants (IMA) en Estados Unidos, el Chartered Institute of Management Accountants (CIMA) en Inglaterra, el Certified Management Accountants (CMA) en Canadá, la American Accounting Association (AAA) en Estados Unidos, el Institute of Chartered Accountants of England and Wales (IECAEW), la American Association of Public Accountants (AICPA) y la International Federation of Accountants, IFAC).

4. Resultados

4.1 Entorno caracterizado por el cambio continuo que demanda la formación contable

La situación de cambio continuo, evidente ante los cambios tecnológicos, científicos, de la competencia y de los mercados, a nivel global, en las directrices y políticas gubernamentales que moldean la actuación de individuos de organizaciones, las preocupaciones, actitudes y estilos de vida de la sociedad, sus valores, cultura y los cambios en el medio ambiente, entre otros, configura un entorno que se ha caracterizado en palabras de Bauman (2007, p117), por el derrumbamiento de límites y ausencia de fronteras, en los diversos aspectos del ámbito geográfico, económico, político y social. Y si bien, todo ello ha posibilitado el crecimiento del comercio internacional, la difusión de

mejores prácticas en los diferentes sectores económicos, el crecimiento de los mercados de capitales, ha propiciado también los “tiempos líquidos” en los que actuamos, en donde impera el choque y luchas constantes entre los poderes o fuerzas globales y los sentidos e identidades, obstinadamente locales.

Adicionalmente, en este entorno, se observa una era digital gobernada por el acceso a internet y redes sociales. Determinante de la relación entre hombres y mujeres, niños y niñas, que crecen teledirigidos con el espíritu del capitalismo, de la comodidad del consumismo, en donde imágenes, música y video, erosionan su identidad. El cuadro que emerge de esta descripción ha sido delineado por diferentes autores en la literatura (Pansters y Castillo 2007, Bauman 2007, p117 y Rojas, 2008) y muestra dos mundos separados y aislados, espacios urbanos privilegiados, habilitados y utilizados por la elite global, manifestado y alimentado mediante instrumentos de conexión virtual, versus, zonas desconectadas y abandonadas, barrios fantasma, en los que las pesadillas el peligro y la violencia han sustituido los sueños.

A este respecto Bauman (2007), especifica que el segundo espacio mencionado está circunscrito a un territorio concreto, en cambio los primeros, solo habitan físicamente pero sus preocupaciones e intereses residen en otra parte, de ahí que las elites urbanas no estén interesadas en los asuntos locales o de su ciudad. En esta línea de pensamiento, Beck (1992), habla de una “sociedad de riesgo global” insertada en el mundo *hibrido* hecho por el hombre que ha perdido el dualismo entre naturaleza y cultura vigente en el siglo XXI... dibujando una imagen en el que las circunstancias de la modernidad son contingentes, ambivalentes e involuntariamente susceptibles de reajustes políticos.

En definitiva este entorno supone una serie de implicaciones para el currículo y el trabajo. Específicamente, “trabajar hoy en el campo de una profesión, requiere nuevos conocimientos, nuevas competencias y nuevas formas de relación social” (Wigdorovitz, 2001) y constituye a su vez un factor de cambio continuo en la educación superior que exige una perspectiva global, flexibilidad y competitividad que se refleje primordialmente en su curriculum escrito o formal. Adicionalmente, demanda que los alumnos egresados sean formados no solo con conocimientos propios de su área (científica-tecnológica), sino que también posean una visión global y sean hábiles para comunicarse en diferentes idiomas y trabajar en equipos multiculturales, al tiempo que son conscientes del entorno local en el que viven, asumiendo su responsabilidad, social y con el ambiente que los rodea, pero sobre todo que se definan por tener una identidad sólida que posibilite un comportamiento ético y el ejercicio valores.

Específicamente, para las IES que ofertan la formación de los Contadores Públicos, se hace evidente la necesidad de formar profesionales que gestionen sistemas contables que permitan el suministro de información relevante tanto financiera como no financiera, indispensable para mantener la confianza y la estabilidad de las empresas y entidades de todos los sectores de cualquier país. La información que suministra la contabilidad no solo es relevante en el contexto globalizado y bursátil para los inversionistas y las personas que toman decisiones, también lo es para todos aquellos que dirigen y se desempeñan en el ámbito del comercio y los negocios de cualquier giro, pequeños o grandes, porque entre mejor informados, contarán con más herramientas para proteger sus intereses, evitar riesgos

y maximizar su valor, contribuyendo así a la estabilidad económica de un estado, de un país o del mundo.

Así, es evidente la necesidad de la profesión contable y su actualización continua acorde a los cambios que demanda la sociedad del riesgo, en los tiempos líquidos.

4.2 Tendencias de las Instituciones que ofertan la formación contable.

La sociedad del conocimiento ha exigido distintos sistemas de educación, lo que ha dado lugar a una diversidad de instituciones con objetivos variados y orientados a diversos tipos de educandos, configurando así, una tendencia que supone el incremento de los índices de participación de instituciones en la enseñanza superior, a todos los niveles (mundial, nacional, regional y local) y en todas las áreas (UNESCO, 2009 p.5) que se han caracterizado por incorporar en su currículum los elementos de movilidad estudiantil, flexibilidad e innovación.

A este respecto y después de la firma de la Declaración de Sorbona y la Declaración de Bolonia en 1998 y 1999 respectivamente, Europa surge como una región pionera al converger hacia un Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), con los objetivos, de mejorar la formación de graduados universitarios, su respuesta a las demandas sociales y a facilitar su incorporación al mercado laboral y garantizar la calidad en la enseñanza superior con criterios y metodologías comparables.

En la actualidad, los principios de movilidad estudiantil, flexibilidad e innovación se han exigido a la mayoría de las IES, no solo en Europa sino en todos los contextos y jurisdicciones, tanto por instituciones con influencia internacional, como la OCDE y el BID, como por entidades a nivel regional mediante proyectos como el Tunning en América Latina. Estos principios establecen la dirección hacia la que han de apuntar las IES que además de promover un currículum flexible e innovador, demandan un enfoque por competencias para los estudios a nivel de licenciatura.

Frente a este escenario y enfocando más las tendencias en la formación contable y de los negocios, cabe señalar el trabajo que han realizado las asociaciones e instituciones contables, por su investigación en las tendencias y líneas de actuación actuales y futuras de la contabilidad y el perfil del Contador Público, por su actualización de la práctica y relaciones regulares con empleadores para determinar las demandas de los negocios y el papel a desempeñar para los contadores con una figura de asociados. Así como por el desarrollo de programas de acreditación, de formación, aprendizaje y apoyo, que garantizan a sus miembros las habilidades y capacidades precisas al tiempo que mantienen la confianza pública en la contabilidad (Blanco y Martínez, 2010):

En Estados Unidos, la AAA se ha enfocado en crear conocimiento a través de diversos documentos en alianza con otros organismos; mediante la creación y la publicación de una colección de artículos, ampliamente aprobados por revistas de impacto global como la *Issues in Accounting Education*. Desarrolla reuniones nacionales por sección y por región para promover el conocimiento compartido, contribuyendo a la academia y a la profesión a través de la participación activa con sus miembros líderes y reguladores, encargados de diseñar estándares y directrices generales y por tipo de industria.

El AICPA también en Estados Unidos, desarrolla estándares para la auditoría y otros servicios que ofrecen sus miembros, controla y refuerza el cumplimiento con la profesión de auditoría y normativa técnica y ética. Asimismo, establece guías de educación y ofrece recursos para sus miembros, los contadores públicos certificados CPAs. Un Contador Público, desde la perspectiva del AICPA es el profesional ante el cual, las personas y las organizaciones confían su futuro, propicia valor agregado e integridad mediante la divulgación de una imagen total, clara y objetiva de las organizaciones; de la traducción de la información compleja en el conocimiento crítico, la anticipación y la creación de oportunidades y el diseño de los cursos de acción que transforman la visión en realidad. Los valores que promueve el AICPA son: educación continua y capacidad de estudio permanente; competencia, integridad, sensibilidad para cuestiones de negocio extranjeras y objetividad. Se centra en competencias como: comunicación y habilidades de liderazgo; habilidades de pensamiento estratégicas y críticas; enfoque al cliente, mercado;

interpretación de la convergencia de información; aptitudes en las tecnologías de información.

En el Reino Unido, el ICAEW, reconoce que el papel del contador certificado en una economía mundial es más importante que nunca ante la demanda de conocimiento y gestión organizacional con base en normas contables técnicas y éticas. En el desempeño de sus actividades tanto individuales como en grupo, dirigen las entidades, adoptan el rol de guía, consejero del negocio (*business advisor*), desafiando el ciclo económico. Las diversas áreas e intereses sobre las que trabajan sus miembros le ha llevado a delinear diferentes ambientes de trabajo en los que es posible solicitar apoyo y soporte técnico de expertos, para los que emprende o facilita un amplio abanico de actividades profesionales que incluyen la educación y el entrenamiento de estudiantes, a través del seguimiento del desarrollo profesional para sus miembros, del mantenimiento de normas profesionales y éticas, la provisión de consejos y servicios a los miembros así como para mantenerlos a la vanguardia sobre el trabajo de cuestiones técnicas de la contabilidad. Entre las certificaciones y programas que el ICAEW desarrolla y ofrece destaca el *Certificate in Finance, Accounting and Business (CFAB)*, que le permite a los contables una amplia variedad de ocupaciones dentro de los negocios y comparte elementos del campo de la contabilidad de gestión.

A nivel global, el IFAC como federación de cuerpos contables desempeña un importante papel al ofrecer un claro marco de referencia para la profesión mediante directrices de formación, DOM 2.-Normas Internacionales de Formación (IES) y Otras Guías del IAESB, relacionadas con las Normas Internacionales de Formación (*International Education Standards/IESs*), Directrices Internacionales para los Contables Públicos (*International Education Practice Statements for Professional Accountants/ IEPSs*) y Documentos de formación internacional para Contables Públicos (*International Education Information Papers for Professional Accountants/IEIPs*) emitidos por el Consejo de Normas Internacionales de Formación en Contabilidad (*International Accounting Education Standards Board/IAESB*).

Por su parte los rankings a nivel global han permitido identificar las mejores escuelas de negocios. El ranking Ed Universal de las Palmas ubica entre las mejores a las escuelas de negocios de Copenague, de Rotterdam, la Universidad Mc Gill en Canadá, el ESADE y el IE en España, así como, la Pontificia Universidad Católica de Chile (Eduniversal Ranking, 2013). Después de un análisis de contenido de los programas educativos de licenciatura en Administración y Contabilidad se observa que la duración promedio es de 3 años, con elementos innovadores de transversalidad, vinculación e internacionalización. Las materias son ofrecidas por cuatrimestre y predominan las que son de carácter optativo, en algunos casos la estructura curricular se presenta totalmente en blanco para que sean todas elegidas por el estudiante. Entre las actividades destaca la realización de proyectos de integración con una duración de un año en niveles intermedios y trabajos de tesis en los niveles avanzados. Asimismo, garantizan al alumno la posibilidad de cursar cualquier materia en otra facultad, escuela o universidad del mismo u otro país si se domina el idioma requerido. Lo anterior da cabida a que se continúe de forma inmediata con el posgrado, a nivel maestría, con el que complementan su formación en dos años, y con la posibilidad de continuar los estudios de doctorado para los que se contemplan programas específicos en contabilidad. En contraste, las universidades latinoamericanas que ocupan las primeras posiciones reflejan estructuras curriculares tradicionales, con duración de cuatro y cinco años ofrecidas por semestres, con menos materias optativas y con menos opciones de movilidad sin observar maestrías o doctorados propios en Contabilidad.

En cuanto a contenidos contables, la *Copenhagen Business School* aborda temas como son: la Contabilidad como una forma de comunicación; los estados financieros y los informes anuales; contabilidad por partida doble; inventarios y costo de ventas; dinero en efectivo, cuentas por cobrar y las inversiones a corto plazo; activos fijos (material e inmaterial); fondo de comercio; pasivo corriente, valor presente y pasivos a largo plazo; patrimonio neto; estados de flujos de efectivo; análisis de estados financieros; un estudio de caso en contabilidad financiera.

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

La *Rotterdam School Business Administration* contempla los temas relacionados con: los procesos financieros, la contabilidad de gestión, las finanzas corporativas y la contabilidad financiera.

Por su parte la *Mcgill University-Desautels Faculty of Management* se centra en temáticas relacionadas a la contabilidad de gestión; contabilidad financiera básica y avanzada; al análisis de estados financieros; a la contabilidad de costos; a los principios fiscales y los aspectos fiscales avanzados; los informes financieros; control de gestión y principios de auditoría.

En tanto que la *ESADE Business School* aborda temas relacionados con la introducción a la función contable; la normativa vigente, las cuentas anuales; elementos clave como son el balance, activo y pasivo; patrimonio neto; ingreso, gasto y resultado, cuenta de pérdidas y ganancias; plan general contable; principios contables; grupos de cuentas; construcción de estados financieros; libros regularización y cierre; ejercicio completo; valoración de las existencias y su integración en los estados financieros.

Finalmente la Pontificia Universidad Católica de Chile se centra en los fundamentos de gestión financiera y la *IE Business School* en la Contabilidad financiera, la contabilidad de costos, las finanzas y la contabilidad para la toma de decisiones.

4.3 Contexto Mexicano y directrices en educación.

México, descrito por su Secretaría de Relaciones Exteriores, es una serie de postales de hermosas vistas naturales, ciudades cosmopolitas, parajes coloniales y zonas arqueológicas. Cada rincón de su vasto territorio ofrece algún paisaje mágico. Conocido como mosaico cultural por sus tradiciones y fiestas, recintos de esplendor colonial y vestigios arqueológicos. Además destaca por sus desiertos, manglares, cañones, volcanes dormidos, selvas y santuarios marinos, parte del caleidoscopio natural que presume. Adicionalmente, en el ámbito económico y desde la perspectiva del Banco Mundial es preciso señalar que México tiene uno de los ingresos per cápita más altos en Latinoamérica, es miembro de la OCDE y del G20. Durante las dos últimas décadas el gobierno logró mantener la estabilidad macroeconómica y la robustez del sector financiero (BM 2014).

Sin embargo, a pesar de las mejoras importantes en política económica y social, sigue habiendo pobreza, desigualdad, disparidad regional (BM 2014) y conflictos políticos, se observa también un panorama de desigualdad, empobrecimiento y exclusión para su población, acentuado por las diferencias extremas en cuanto a riqueza y diseño urbano, así como, por la fragmentación del espacio social: colonias lujosas, modernas construcciones bardeadas, complejos habitacionales y centros comerciales vigilados, versus, colonias populares, con techos de cartón, colonias pobres y marginadas ubicadas a la periferia de las ciudades, todo ello sumado a los altos índices de criminalidad y violencia vinculada al narcotráfico con todo y de que las cifras reportadas no son consideradas fidedignas (Pansters y Castillo, 2007). Este panorama ha ocupado la agenda de autoridades gubernamentales y de la sociedad en general, de ahí que en el Plan Estatal de Desarrollo 2009-2015, se contemple que “la educación es el camino más seguro para ampliar las oportunidades de lograr una vida digna, proveer la equidad e impulsar el progreso económico de la población”. Asimismo, este panorama ha ocupado la agenda de las universidades para quienes existe el reto no solo de ofrecer su curriculum considerando el entorno ya descrito sino también las directrices generales en materia de Educación que contemplan un conjunto de objetivos y estrategias relacionados a “la calidad en la educación”, “equidad, cultura”, “deporte y salud” (Diario Oficial de la Federación, 2013).

El entorno descrito y las directrices orientadas a una educación de calidad exige a las IES una comprensión profunda de la realidad social, política y económica en la que participan e influyen diversos actores en la Educación Superior (ES). Es entender que, si bien existen instituciones certificadoras de calidad en la ES que demandan el cumplimiento de numerosos indicadores, en el caso de las áreas contables-administrativas CIEES y CACECA, es preciso ir más allá del mero cumplimiento de los “criterios de calidad” exigidos por estas instituciones y entender que existe una diferencia significativa entre cantidad y calidad. Pues existen otros actores como empleadores, reguladores, representantes de los diversos sectores económicos y la sociedad misma, que califican la calidad de manera diferente, por el desempeño de los egresados y por el reflejo de las actitudes, valores y habilidades, y son ellos quienes demandan en definitiva un comportamiento profesional y ético, que difícilmente se puede ver reflejado en indicadores. Además de estas exigencias, para las IES que ofertan un curriculum dirigido a la formación de profesionales en contabilidad, es preciso conocer entre otros puntos, el perfil y situación laboral de la profesión contable. De acuerdo al Observatorio laboral un CP en México puede desempeñarse como: a) Contador público y asesor fiscal, b) como Auditor, c) como analista contable o como d) Contador de inventario, realizando funciones y competencias específicas (que se resumen en la tabla 2).

Tabla 7. "Descripción de ocupación, funciones y competencias"

Visión	Descripción	Funciones	Competencias específicas
<p>Los trabajadores de este grupo deberán fundamentar y realizar proyectos orientados al registro, análisis, control y evaluación de las operaciones contables, administrativas y fiscales de cualquier organización productiva, buscando el buen manejo contable y la optimización de las finanzas. Asimismo, son responsables de realizar auditorías fiscales de carácter gubernamental y privado. Deberán realizar toda gestión con efectividad y eficacia, apegándose estrictamente a la ley y a los valores éticos.</p>	<p>Las ocupaciones clasificadas en este grupo unitario planean, organizan y administran sistemas contables e información financiera para asegurar la precisión y el cumplimiento de los procedimientos contables de personas físicas, empresas e instituciones públicas y privadas.</p>	<p>- Examinar y analizar los registros diarios, estados de cuenta bancarios, inventarios, desembolsos, devolución de impuestos y otros registros contables.</p>	<p>- CONOCIMIENTOS: contabilidad y costos, regulación hacendaria, seguridad social y prestaciones sociales, reformas fiscales, auditoría, manejo de inventarios, finanzas y de paquetería contable.</p>
		<p>- Analizar la exactitud y procedencia de los registros contables, los movimientos de efectivo y valores, facturas, etc., para verificar que las operaciones contables y financieras sean legales y estén de acuerdo a los procedimientos establecidos.</p>	<p>- HABILIDADES: razonamiento matemático y capacidad para analizar, comparar e interpretar hechos y números rápidamente. Capacidad para comunicar claramente los resultados de su trabajo a los clientes y demás colaboradores, tanto en forma oral como escrita. Facultades para la obtención y análisis de información, orientación al cliente, capacidad de síntesis, perspectiva estratégica, persuasión.</p>
		<p>- Dictaminar los resultados de las auditorías que practican y, en su caso, hacer las recomendaciones pertinentes para corregir las irregularidades encontradas.</p>	
		<p>- Formular informes detallados sobre las auditorías practicadas, actividades realizadas, resultados obtenidos y/o sobre algún otro aspecto contable.</p>	<p>- HABILIDADES sociales y tolerancia a la presión. Destrezas para la negociación y la comunicación asertiva.</p>
		<p>- Calcular y formular declaraciones tributarias y presentar ante el fisco, documentación, pagos, alegatos o reclamaciones.</p>	<p>- ACTITUDES: garantizar la satisfacción del cliente, honestidad, responsabilidad y cultura del trabajo.</p>
<p>- Realizar otras funciones afines.</p>			
<p>Ocupaciones</p>			
<p>- Contador público y asesor fiscal. - Auditor. - Analista contable. - Contador de inventario.</p>			

Fuente: Datos del observatorio laboral consultados al 20 de enero de 2014.

Entre las carreras con mayor número de ocupados figuran, en segundo lugar a 2014, las de Contabilidad y fiscalización con 728,328 miles de personas, mientras que el primer lugar lo ocupan las carreras correspondientes a Administración y gestión de empresas con 760,810 miles de personas. El porcentaje de personas que estudiaron Contabilidad y fiscalización y cuentan un trabajo acorde a sus estudios es de 80.8%, lo que indica que la mayoría de quienes estudian esta carrera encuentran trabajos afines a sus estudios.

En este contexto, el reto para las IES es entender a los mexicanos formados en el área contable que no lograron colocarse en una organización, que no fueron capaces de abrir su propio negocio, que se dedican a otras actividades que nada tienen que ver con sus estudios profesionales o que están desempleados. El reto, para las IES es entender al porcentaje de egresados que se coloca en una organización y aun desempeñándose como CP viven en medio de condiciones adversas consecuencia de salarios que oscilan alrededor de los \$6,000.00 pesos mensuales (Observatorio Laboral 2013).

5. Conclusiones

Es preciso destacar la necesidad de hacer cambios significativos en la estructura formal, curriculum escrito del contador público, con foco en aquellos conocimientos, habilidades, valores y actitudes, que les permitan a los alumnos tomar un papel proactivo en el ámbito donde se desempeñen, ya sea en el área contable, de costos, de finanzas, de auditoría o fiscal; poniendo de relieve el liderazgo, el trabajo en equipo, la comunicación efectiva, la solución de problemas, la toma de decisiones y el trabajo bajo presión; habilidades que demandan los empleadores y profesionales en la práctica tanto en otros entornos como en México.

Un cambio curricular necesariamente ha de incorporar la participación de todos los actores involucrados principalmente, directivos, docentes, alumnos, personal administrativo, porque ellos serán los protagonistas de la adopción de procesos esenciales en un proceso de reestructura curricular. Dichos procesos han de incluir que los docentes se apoyen en las tecnologías de información, ante las formas de trabajo virtuales, cada vez más frecuentes en el entorno dinámico y actual en el que se desempeñan los contadores públicos.

Respecto los contenidos de las materias, y para promover en los egresados el rol que posibilite la creación de valor en las organizaciones, es necesario fortalecer en la estructura curricular materias o asignaturas de costos, contabilidad gerencial y finanzas, práctica observada en los programas de estudios analizados de las IES y asociaciones profesionales líderes en un contexto internacional. Adicionalmente, es necesario incluir por lo menos una materia relacionada al contexto económico político y social del país así como a la dinámica social de las organizaciones en donde los alumnos encuentren un espacio para propiciar el pensamiento crítico respecto de su formación y ejercicio profesional.

Asimismo, se pone de relieve que una actualización del curriculum, requiere el uso de diferentes recursos y ambientes de aprendizaje como viajes de estudio, prácticas laborales, mayor socialización con los estudiantes, trabajo en equipo, desarrollo de proyectos y supervisión del desarrollo de competencias. Pero sobre todo es preciso que las IES reconozcan el poder e

influencia de las actitudes, valores, costumbres, hábitos que los alumnos aprenden como parte del curriculum oculto y como resultado de la cultura organizacional de la IES. La comprensión de ello quizás nos ayudaría a entender, aunque en parte, el comportamiento de gerentes y directivos, hombres de empresa, de organizaciones, que lejos de contribuir a la mejora de sus organizaciones o de la situación de corrupción, desigualdad, deterioro del medio ambiente, crimen organizado en el país, han favorecido con sus acciones a mantener este entorno e incluso lo han catalizado, a aquellos que no entienden la exigencia ética que implica hacer y dirigir una empresa (¿) capitalista (?) o una organización sin fines de lucro que debería estar orientada al desarrollo y bienestar de todos sus grupos de interés y la sociedad en general.

De ahí que se convoca a todas las IES a invertir esfuerzos orientados a actualizar constantemente tanto el curriculum formal escrito con base en los principios de movilidad, flexibilidad e innovación, pero también con foco en el curriculum oculto, a fin de formar a profesionales con una identidad, valores y principios que verdaderamente estén orientados a la generación del conocimiento y a aplicar dicho conocimiento para mejorar las condiciones propias y de la sociedad en la que viven. Así las IES estarían en posición de ofrecer educación de calidad, y aprovecharían la oportunidad de competir por los mejores alumnos y por los mejores maestros a nivel global, interesados en mejorar su bienestar local.

6. Bibliografía.

- Bauman Z. (2007) *Tiempos Líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. España. TUSQUETS Editores.
- Beck U. (1992) *Risk society: towards a new modernity*. London: Sage Publications Ltd.
- Bernstein, B. (1971). On the classification and framing of educational knowledge. En Hopper, P. (Ed.). *Readings in the theory of educational systems* (pp. 184-211). Londres. Hutchinson University Library, pp. 184-211.
- Banco Mundial (2014). *Reporte de México*. Obtenido desde <http://www.bancomundial.com>
- Blanco D. M. I.; Martínez H. R., (2010). Una aproximación a la contabilidad y los contables de gestión a partir de las páginas web de sus asociaciones profesionales. *Contaduría Universidad de Antioquia*. No 56, pp. 227-248.
- Bobbit, F. (1918). *The curriculum*. Boston: Houghton Mifflin.
- Bobbit, F. (1924). *How to make a curriculum*. Boston: Houghton Mifflin.
- Da Silva T. T (2001): “Espacios de identidad. Una introducción a las teorías del currículum”. Octaedro. Barcelona.
- De Alba, A. (1991). *Evaluación curricular. Conformación conceptual del campo*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Wigdorovitz Camilloni, Alicia (2001). *Modalidades y proyectos de cambio curricular*. Uruguay: Comisión Sectorial de enseñanza. Consultado el 14 de enero de 2013 en http://www.cse.edu.uy/sites/www.cse.edu.uy/files/documentos/PC_Camilloni.pdf
- Dewey, J. (1967) *La Concepción Democrática en Educación*. Ed. Losada
- Diario Oficial de la Federación DOF (2013), Programa Sectorial de Educación 2013-2018
Recuperado el 15 de abril de 2014 en:
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5326569.
- Eduniversal Ranking (2013). *Eduniversal ranking, the best 1,000 business schools in 154 countries* obtenido de <http://www.eduniversal-ranking.com/>
- Gagne, R. (1967). *Curriculum research and the promotion of learning*. Chicago: Rand
- Glazman R. y De Ibarrolla , M. (1978) *Diseño de planes de estudio*. México. Ed.CISE-UNAM.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014). <http://www.inegi.org.mx/>

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

Jackson, P., W. (1968). *Life in Classrooms*. New York: Holt, Reinhart & Winston.

Lundgren, U. P. (1997). Capítulo II: Cambios en los Códigos curriculares: esbozo histórico. En

Lundgren, *Teoría del Curriculum y escolarización*. España: Morata.

http://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=0Q11O6Z_1AMC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Ulf+P+Lundgren&ots=KdpLEpmn0b&sig=Lpr-p2

Pansters, W. y Castillo B., H. (2007). Violencia e inseguridad en la ciudad de México: entre la fragmentación y la politización. *Revista, foro internacional* xlvii (3)

Popham J., y Baker, E., I. (1970) *Los objetivos de la enseñanza*, Buenos Aires, Paidós.

Rojas, W. (2008). Congoja por una educación contable fútil. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 52, 259-274.

Sacristan J. G, (1988) *El Curriculum: Una Reflexion Sobre La Práctica*, 9ª Ed, Morata.

Saylor, J. G; William M., A. (1970). *Planeamiento del currículo en la escuela moderna*. Edición 1ª ed. Buenos Aires. Troquel.

Stenhouse, L.(1991), *Investigación y desarrollo del currículum*, Edición 3ª ed. Madrid. Ed.Morata.

Taba, H. 1962. *Curriculum development: theory and practice* [Elaboración de planes de estudios. Teoría y práctica]. Nueva York, NY: Harcourt, Brace & World.

Tyler, R.W. 1969. *Basic principles of curriculum and instruction* [Principios fundamentales relativos a los planes de estudios y la enseñanza], segunda edición. Chicago, Illinois: University of Chicago Press.

UNESCO (2009). *Herramientas de Capacitación para el Desarrollo Curricular*. Una caja de Herramientas.http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/COPs/Pages_documents/Resource_Packs/TTCD/sitemap/Modulo_1/Modulo_1_1_task-.html.



CONTRIBUCIÓN DE LOS CUERPOS ACADÉMICOS DE FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRATIVA, A LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO DE LA UANL

Brenda Verónica Grimaldo Sánchez
Facultad de Ciencias Físico Matemáticas
Olmo 824, Col. Jacarandas, Apodaca, Nuevo León México

Brenda Verónica Grimaldo Sánchez

brenda.grimaldos@uanl.mx

Mexicana

Lizbeth Habib Mireles

Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de la UANL
Mónaco# 306, Col. Cumbres San Ángel, Monterrey, Nuevo León México

lizbeth.habib@gmail.com

Mexicana

Neydi Gabriela Alfaro Cázares

Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de la UANL
San Andres#307, Balcones de Anáhuac, Escobedo, Nuevo León, México

neydigac@gmail.com

Mexicana

Fecha de envío: 02/Junio/2015

Fecha de aceptación: 03/Junio/2015

RESUMEN

El objetivo de este trabajo tiene como propósito realizar una revisión de la evolución y el impacto que tienen los Cuerpos Académicos (CA) en la generación de conocimiento dentro de sus programas educativos, en las Dependencias de Educación Superior (DES) de la Universidad Autónoma de Nuevo León. (UANL). Se realizó un análisis de la evolución de los CA de la UANL, enfocándose en la Facultad de Contaduría Pública y Administrativa (FACPYA) con la finalidad de establecer como contribuyen sus productos de investigación y proyectos en la generación de conocimiento y en sus Programas Educativos (PE).

Palabras Claves

Cuerpos Académicos, Generación de Conocimiento, Programa al Mejoramiento del Profesorado (PROMEP)

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se realiza un análisis histórico de los indicadores de producción académica que la UANL, que ha presentado durante los últimos años, mismos que son pertinentes para lograr uno de los diez rasgos distintivos de la Visión 2020, en el cual se hace mención de que los profesores de tiempo completo (PTC) deben participar en la implementación de los PE de licenciatura y posgrado, además de contar con el reconocimiento de perfil deseable de un profesor universitario, que establece PROMEP, ahora Programa para el Desarrollo Profesional Docente para el tipo superior (PRODEP), el PTC tiene el compromiso con la DES de estudiar para poseer el grado de doctor y así poder estar adscrito al Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Todas estas labores se incluyen a la actividad sustantiva del docente de impartir cátedra, realizar gestión y hacer tutoría, algunas de ellas son afines entre sí, sin embargo el tiempo que cada uno de los PTC dedica a las tareas sustanciales deberá permitirle generar conocimiento y hacer difusión del mismo.

Sin embargo para lograr cumplir con la visión 2020 es necesario conocer los orígenes de los indicadores los cuales se remontan al año 1996 donde nace el PROMEP, con el objetivo de mejorar el nivel del personal académico de las Instituciones de educación superior (IES) públicas y fomentar el desarrollo y consolidación de los CA en la búsqueda de incrementar la calidad en la formación de los estudiantes.

El PROMEP tiene como objetivo contribuir para que los PTC de las instituciones públicas de educación superior alcancen las capacidades para realizar investigación-docencia, se profesionalicen, se articulen y se consoliden en CA.

Los CA de acuerdo al PROMEP “son un conjunto de profesores-investigadores que comparten una o más líneas de estudio, cuyos objetivos y metas están destinados a la generación y/o aplicación de nuevos conocimientos. Además, por el alto grado de especialización que alcanzan en conjunto al ejercer la docencia, logran una educación de buena calidad. Los CA sustentan las funciones académicas institucionales y contribuyen a integrar el sistema de educación superior del país. (PROMEP, 2006)

Los PTC que forman parte de un CA coadyuvan a la formación de profesionales y expertos en cada una de las líneas de generación de conocimiento (LGCA), en las cuales llevan a cabo su producción, lo cual con el paso del tiempo ha demostrado ser un sustento indispensable y permanente para la actualización de PE y la formación de capital humano que favorece la generación de conocimiento y regula la vida académica de la IES. Pero para que ocurra la generación de conocimiento y surja trabajo colaborativo en redes con otros PTC o inclusive otras redes de investigación, es pertinente que estos se encuentren dentro de un CA reconocido por este organismo, el cual establece que estos tienen los elementos distintivos para considerarse de calidad.

PROMEPE tal como se mencionó en la introducción nace durante el año de 1996, para dar continuidad a la política de formar profesores y otorgarles elementos básicos, después de realizados sus estudios de posgrado, que le aseguran su permanencia y solamente el 8% de PTC de universidades estatales e instituciones afines poseían la preparación adecuada para realizar la acción de función de generar o aplicar investigación, así como la creación o revisión de planes y programas. En el año 2000, surge el desarrollo de CA consolidados, cuya condición era poseer el perfil deseable del profesor, resultado de un trabajo individual, que funge como base para escalar en la colegialidad y el trabajo en equipo, dentro y entre varios CA. (Lobato, 2009)

De acuerdo a estos resultados, surge la creación de los CA, para atender el desarrollo de la oferta educativa, la actualización de programas educativos y que fortalecieran un programa educativo de la Institución Educativa, para la cual laboraban. Los CA se definen por PROMEP como un "grupo de profesores de tiempo completo que comparten una o varias líneas de generación o aplicación innovadora del conocimiento (LGAC), (investigación o estudio) en temas disciplinares o multidisciplinarios y un conjunto de objetivos y metas académicas. Adicionalmente, sus integrantes atienden los Programas Educativos en varios niveles para el cumplimiento cabal de las funciones institucionales", estableciendo las políticas promovidas por la Subsecretaría de Educación Superior en el 2001, a partir de este momento surge la figura de profesor con "perfil deseable", el cual debe realizar las actividades de docencia, investigación, tutoría y gestión académico-administrativa.

Por su parte Lobato O. (2009) define un CA como: "la celda dual en la que un académico pertenece a un campo profesional, una disciplina o una asignatura, y a una institución (Clark,

1998). Esta celda se caracteriza en que sus integrantes comparten un conjunto de objetivos y metas académicas como investigación, docencia y difusión o generación de conocimiento” (PROMEP, 2007).

En las últimas dos décadas la UANL ha sustentado su desarrollo y la toma de decisiones en procesos de planeación participativos que le han permitido identificar los retos que enfrenta la Institución en el cumplimiento de sus funciones y así construir e implementar oportunamente los medios para atenderlos. Su Misión es la formación de bachilleres, técnicos, profesionales, maestros universitarios e investigadores capaces de desempeñarse eficientemente en la sociedad del conocimiento; poseedores de un amplio sentido de la vida y con plena conciencia de la situación regional, nacional y mundial; que aplican principios y valores universitarios y se comprometen con el desarrollo sustentable, económico, científico, tecnológico y cultural de la humanidad; son innovadores y competitivos, logran su desarrollo personal y contribuyen al progreso del país en el contexto internacional, además, genera conocimiento social, científico y humanista, como una actividad que permite dar atención oportuna a las diversas problemáticas de la sociedad en su conjunto y asegurar y mejorar permanentemente la calidad de la formación universitaria. (UANL, 2011). Por otro lado, entre algunos de los beneficios identificados son: la formación universitaria fomenta la creación artística en sus diversas formas de expresión, la comunidad participa en este tipo de actividades y contribuye a la preservación del patrimonio y del acervo cultural nacional y universal.

Entre algunos de los puntos señalados en la Visión son: La Universidad Autónoma de Nuevo León es reconocida en 2020 como una institución socialmente responsable y de clase

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

mundial por su calidad, relevancia y contribuciones al desarrollo científico y tecnológico, a la innovación, la construcción de escuelas de pensamiento y al desarrollo humano de la sociedad nuevoleonense y del país.

En Octubre de 2011, la UANL aprueba su Visión UANL 2020 en donde los programas de todos los niveles operan con base en un modelo educativo que promueve la formación integral de los estudiantes y el uso de las tecnologías de la información y comunicación, y se sustenta en dos ejes estructuradores: la educación centrada en el aprendizaje y la educación basada en competencias; un eje operativo: la flexibilidad de los programas y procesos educativos; y dos ejes transversales: la innovación académica y la internacionalización.

Dentro de los programas prioritarios para el logro de la Visión se encuentran los siguientes:

- Gestión responsable de la formación
- Gestión responsable del conocimiento y la cultura
- Fortalecimiento de la planta académica y desarrollo de Cuerpos Académicos
- Mejora continua y aseguramiento de la calidad de las funciones institucionales
- Desarrollo de los Sistemas de los Niveles Medio Superior, de Estudios de Licenciatura, Posgrado y de Investigación, Innovación y Desarrollo Tecnológico
- Intercambio, vinculación y cooperación académica con los sectores social y productivo

En base a lo anterior los docentes comienzan a realizar grupos que tuvieran el interés de trabajar en equipo y que los guiara un mismo interés en la investigación, sin embargo en un principio el

propósito del Programa fue “Impulsar el desarrollo y consolidación de los CA. De hecho, el concepto de “cuerpo académico” (CA) fue erróneamente interpretado en los inicios de la operación del Programa, debido a que el trabajo en equipo en las universidades generalmente se hacía alrededor de los PE o de los planes y programas de estudio pero nunca, o casi nunca, se incluía la función de investigación”.(PROMEP, 2008)

Por su parte el Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) surge durante el 2001, con el objetivo de contribuir a la articulación de "políticas, objetivos, estrategias, metas y proyectos" dentro de las IES (SEP-PIFI, 2008) mediante un proceso de planeación, cuya columna vertebral es pre-establecida por la Secretaría son objetivos e indicadores que se han identificado como asociados a la calidad de la educación y que son parte de otros programas de esta dependencia. (Lobato, 2009)

Por lo anterior se puede considerar el CA como una unidad entre académicos que tienen un mismo interés de generación de conocimiento dentro de los Sistemas de Educación Superior (SES), deseando contribuir de manera relevante a responder a las necesidades del crecimiento de la SES (Clark, 1998) y a su integración (PROMEP, 2007).

La principal característica que debe poseer un CA, es la voluntad de trabajar en equipo, dentro del mismo CA así como formar redes con otros CA's de la misma Institución o de otras Instituciones, como se hace referencia en las políticas públicas (PROMEP, 2006). Se cree que el fundamento de este concepto es el utilizado en las prácticas empresariales y que ha sido poco utilizado en el ámbito educativo.

Actualmente es de gran importancia para una IES poseer CA's, por la solicitud de las políticas de educación superior mexicanas se crearon los programas PROMEP y PIFI a nivel federal que reconocen el impacto de su forma de organización en los resultados académicos, como es el caso de la colegialidad y el trabajo en equipo (PROMEP, 2007).

MÉTODO

La metodología se ha basado en un trabajo de revisión bibliográfica y documental, que ha permitido conocer los antecedentes de los CA, su objetivo y evolución a lo largo de la historia en México, posteriormente se realizó un análisis de datos, para explorar la situación actual y su evolución en los últimos años en la UANL y particularmente en la FACPYA.

Con el objetivo de definir y explorar los CA, su evolución y proyección como estrategia de la UANL, en la generación de conocimiento e impacto en los PE se analizaron los últimos 12 años. Con ello se pretende conocer el estatus actual de la UANL y disponer de la información pertinente y confiable para analizar el impacto de la participación de los CA en la generación de conocimiento y su relación con los PE.

RESULTADOS

Para Cumplir con la Visión 2020, “La UANL es reconocida en el año 2020 como una institución socialmente responsable y de clase mundial por su calidad, relevancia y

contribuciones al desarrollo científico y tecnológico, a la innovación, la construcción de escuelas de pensamiento y al desarrollo humano de la sociedad nuevoleonense y del País”, (UANL 2011) la UANL, al igual que otras IES nacionales, ha buscado para consolidarse como una institución de clase mundial y una estrategia es incrementar el número de investigadores adscritos al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) como se observa en la Figura 1.

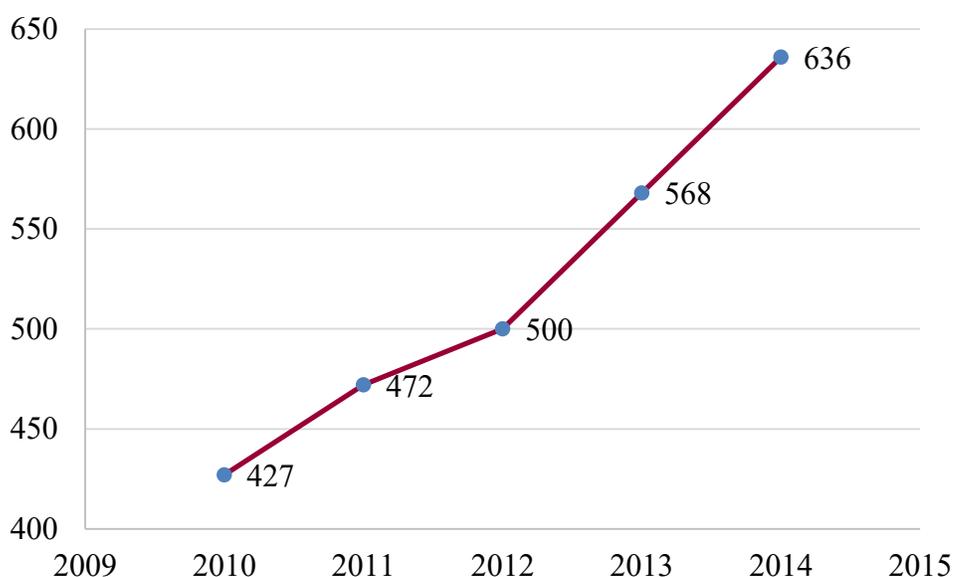


Figura 1. PTC con SNI en la UANL

Fuente: Dirección de Planeación y Proyectos Estratégicos

Sin embargo otro de los indicadores que la UANL ha considerado como prioritarios es que la mayoría de los profesores sean reconocidos por el PRODEP antes PROMEP, en la figura 2 se puede observar como en el año 2014 existe un decremento, donde la institución tiene la convicción de que al mejorar en este índice tiene repercusiones directas en la calidad educativa de las distintas dependencias.

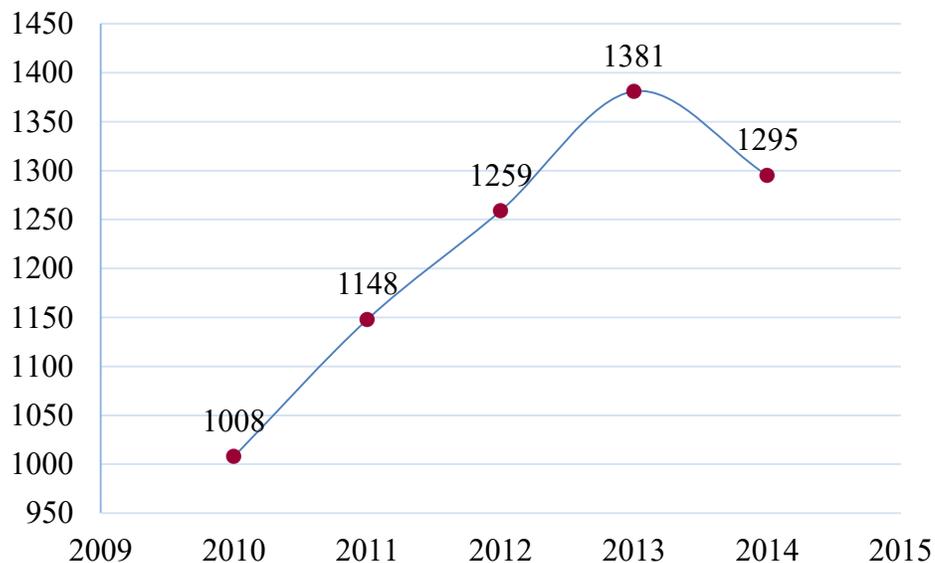


Figura 2. PTC de la UANL con perfil deseable

Fuente: Dirección de Planeación y Proyectos Estratégicos

Los datos anteriores son indicadores individuales de los PTC, sin embargo para el trabajo colaborativo es pertinente considerar la adscripción de estos dentro de los CA y la evolución de los mismos y su nivel de consolidación.

Es por ello que se consideró pertinente dentro del presente trabajo establecer como se ha comportado la evolución de los CA en la UANL, mismos que se pueden observar en la Figura 3 donde la evolución ha ido en incremento constante hasta llegar a 205 CA reconocidos en la actualidad por el PRODEP.

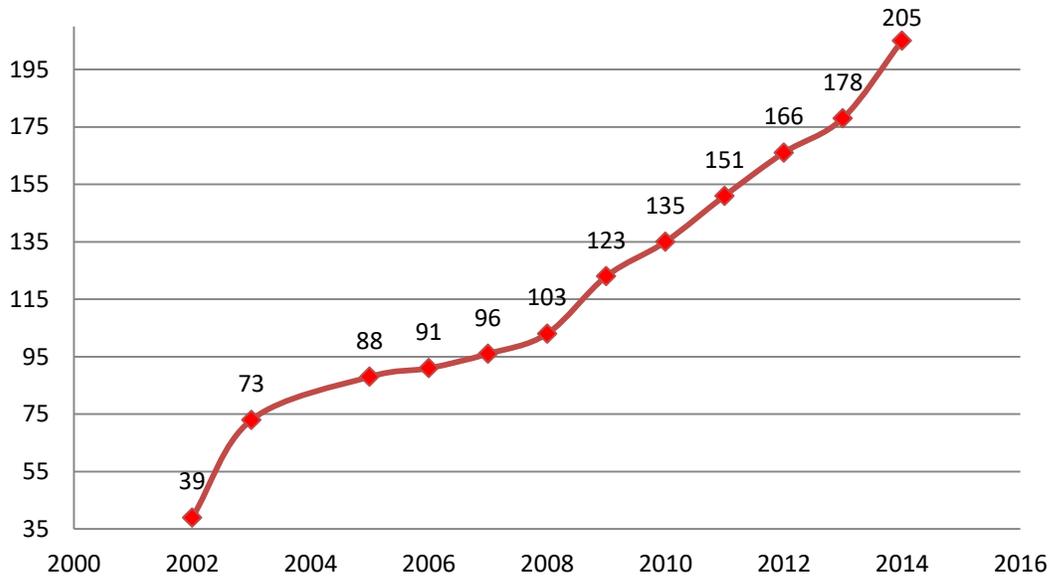


Figura 3. Evolución de los CA de la UANL

Fuente: Dirección de Planeación y Proyectos Estratégicos

Los cuales se puede observar que de acuerdo al grado de consolidación, los 205 se encuentran distribuidos de la siguiente forma: 72 se encuentran en formación, 58 en consolidación y 75 consolidados, mostrándose los porcentajes de estos en la figura 4.

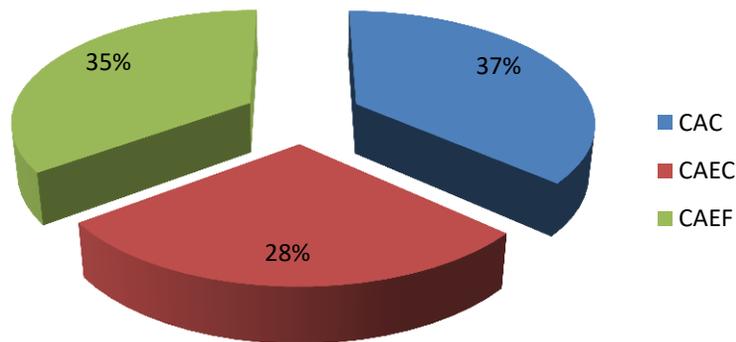


Figura 4. Porcentaje de CA de la UANL por grado de consolidación, reconocidos ante el PRODEP en el 2015

Fuente: Dirección de Planeación y Proyectos Estratégicos

Es pertinente conocer el contexto de la FACPyA donde el incremento de los CA ha sido paulatino pero constante incrementando de cero CA reconocidos por PROMEP en el 2002 a 7 CA reconocidos por PRODEP como se muestra en la figura 5.

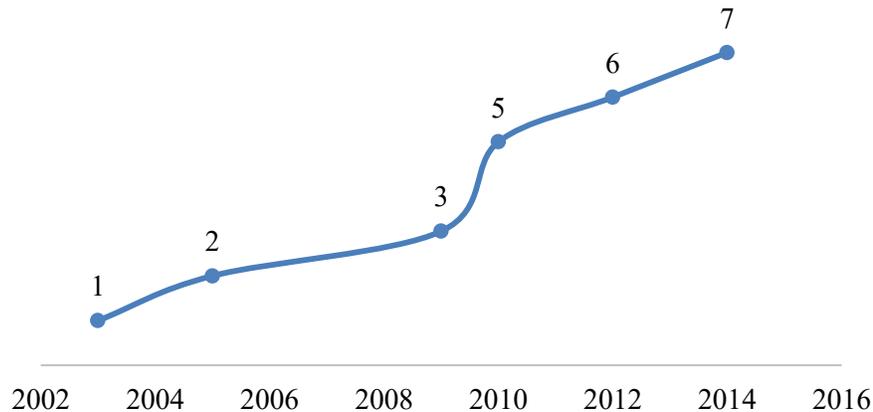


Figura 5. Evolución de CA de FACPYA ante el PRODEP

Fuente: Dirección de Planeación y Proyectos Estratégicos

FACPYA en la actualidad cuenta con un CA Consolidado, tres en Consolidación y tres más en Formación, lo que representa un 14% de CA Consolidados y 43% de CA en Formación y 43% en Consolidación respectivamente, como se muestra en la Figura 6.

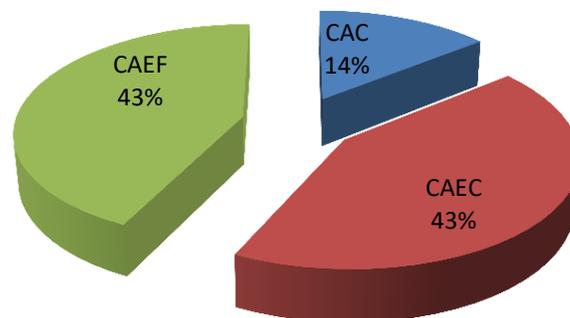


Figura 6. CA de FACPYA ante el PRODEP en el 2015

Cada CA pertenece a un área de conocimiento, en este momento los CA de la UANL, cubren todas las áreas de conocimiento distribuidos como se muestra la Figura 7.

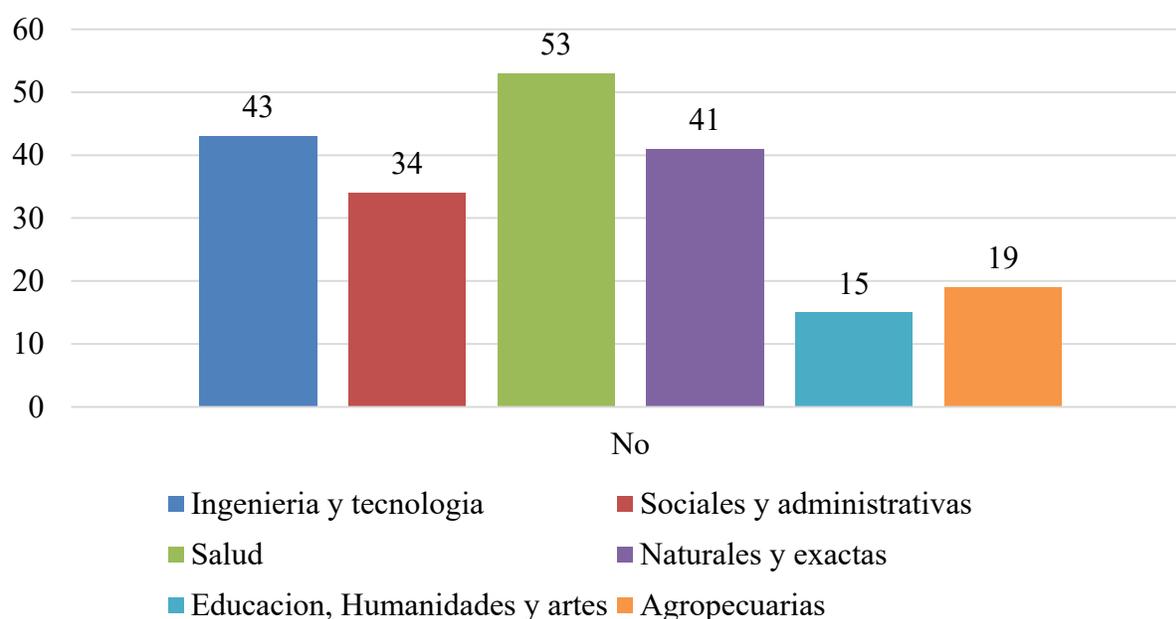


Figura 7. Distribución de los CA por área de conocimiento.
Fuente: Dirección de Planeación y Proyectos Estratégicos

De acuerdo al análisis realizado y que se muestra en la tabla 1, se puede observar que los CA de FACPYA ha tenido resultados positivos en la contribución a la VISION 2020, como el trabajo en conjunto de los investigadores que los integran, ha logrado una gran producción académica que contribuye a la generación de conocimiento y al fortalecimiento de sus PE.

Tabla 1. Aportación de los CA a los programas educativos

N O	Año	GRADO	CLAVE	Inte gra ntes	LGA C	Producció n académica	Proyectos de investigación conjuntos	PE de licenciatur a
1	2003	En consolidación	UANL-CA-198	7	4	33	18	4
2	2005	En consolidación	UANL-CA-224	4	1	32	8	0
3	2009	Consolidado	UANL-CA-259	7	4	229	31	1
4	2010	En consolidación	UANL-CA-279	4	4	101	31	2
5	2010	En Formación	UANL-CA-280	5	3	58	4	0
6	2012	En Formación	UANL-CA-320	3	3	147	15	1
7	2014	En Formación	UANL-CA-347	3	6	17	2	2

CONCLUSIONES.

El rumbo que ha iniciado FACPYA ha sido el adecuado, sin embargo se espera que en el futuro próximo sigan incrementándose los PTC que formen parte de los CA existentes y creen nuevos CA que fortalezcan a los PE, ha cumplido con los requerimientos a nivel nacional PRODEP, PIFI y ha realizado una aportación a la Visión 2020 de la UANL, mediante las LGAC, porque las investigaciones de calidad.

La FACPYA contribuye a la UANL en uno de sus puntos prioritarios de la visión 2020 teniendo como estrategia principal el desarrollo, apoyo a la creación y consolidación de los

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

CA dentro de sus DES, de manera ordenada buscando el crecimiento continuo y

fortalecimiento de sus CA, lo cual les permita incrementar su grado de consolidación.

Los siete CA's, que existen en FACPYA, se encuentran contribuyendo a las áreas de Ciencias Sociales y administrativas, con esto cumplen con el objetivo principal de contribuir a la generación y aplicación de conocimiento en esta área.

Es importante resaltar mencionar que cada uno de los CA de FACPYA, tributan a una o varias LGAC, según los datos proporcionados por PRODEP, la UANL tiene 497 LGAC, de las cuales 25 pertenecen a los 7 CA's de FACPYA.

BIBLIOGRAFÍA

Clark, Burton (1998). "Crecimiento sustantivo y organización innovadora: nuevas categorías para la investigación en educación superior", *Perfiles Educativos* (México), tercera época, vol. XX, núm. 81.

Lobato O. (2009). *La organización del cuerpo académico: las premisas de decisión, colegialidad y respuesta grupal. Un acercamiento desde su autorreferencialidad. Estudio de caso comparativo en la educación de la ingeniería. Revista Mexicana de investigación educativa. México*

Programa de Mejoramiento de Profesores (PROMEP) (2007). *Información General*, disponible en: <http://promep.sep.gob.mx>.

Programa de Mejoramiento de Profesores (PROMEP) (2008). Información sobre cuerpos académicos, disponible en: <http://promep.sep.gob.mx/ca.htm>.

SEP-PIFI (2008). Guía para actualizar el Programa Integral de Fortalecimiento Institucional: PIFI2008-2009, México: SEP.

SEP-PROMEP (2006). Programa de Mejoramiento del Profesorado -PROMEP-. Un primer análisis de su operación e impactos en el proceso de fortalecimiento académico de las universidades públicas, México: SEP.

UANL (2008). Visión 2020 UANL.



CORRESPONDENCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE VS. DESEMPEÑO ACADÉMICO

María de Jesús Araiza Vázquez
araizav@gmail.com

Claudia Doerfer
cdoerfer@gmail.com

Araiza, M.J., Doerfer, C.
UANL, FACPYA, Monterrey, México.

Fecha de envío: 21/Abril/2015

Fecha de aceptación: 12/Mayo/2015

Resumen

Esta indagación tuvo como designio establecer la relación existente entre estilos de aprendizaje, estrategias de aprendizaje y el desempeño académico en estudiantes de licenciatura. Participaron 310 estudiantes de licenciatura de los cuales el 72% pertenecen al género femenino y el 28% al masculino. Todos respondieron el Cuestionario Honey-Alonso de estilos de aprendizaje (Alonso, Gallego y Honey, 1995), la Escala de estrategias de aprendizaje de Román y Gallego (1994) y el sistema de gestión de calificaciones, para establecer el desempeño académico, a partir del promedio acumulado de cada participante.

Los resultados indican que no hay un único estilo de aprendizaje preferente, pues la mayoría de los participantes puntuaron alto en dos o más estilos. En cuanto a las estrategias de aprendizaje se identificó que el 42.6% utilizan estrategias de codificación. Además, no se encontró correlación significativa entre las variables analizadas.

Estos datos evidencian la necesidad de que se imparta una enseñanza explícita y sistemática de técnicas de estudio a estudiantes de licenciatura, pues parece ser la mejor ruta para certificar que su aprendizaje sea el más exitoso. Así, los programas académicos no deben concentrarse únicamente en impartir los contenidos técnicos de su disciplina, también deben esforzarse por enseñarle a sus estudiantes cómo lograr eficientemente estos conocimientos.

Palabras clave. Estilos de aprendizaje, estrategias de aprendizaje, desempeño académico, educación superior.

Introducción

El creciente interés sobre los estilos y estrategias de aprendizaje se deriva de los estudios acerca de los estilos cognitivos realizado en los años sesenta por Witkin (1985) y los postulados que después efectuaron autores como Kolb (1984) y Mumford y Honey (1986). En los últimos años, autores como Ubeda y Escriaxiñe (2002); López y Ballesteros (2003); Troiano, Breitman, y Gete-Alonso, (2004); Escalante, Linzaga y Escalante (2006); Fortoul, Varela, Ávila, López y Nieto (2006); Correa (2006); Barros (2007); Madrona et al. (2007) y Herrera (2009) han realizado investigaciones que intentan describir tanto los estilos de aprendizaje como las estrategias que estudiantes de diversos programas universitarios emplean para regular sus procesos de aprendizaje. También, han formulado hipótesis frente a la relación que estas variables tienen con el desempeño académico y los procesos de enseñanza-aprendizaje que se emplean en el ámbito universitario.

Los resultados obtenidos por estos investigadores indican que el estilo predominante en los estudiantes universitarios es el reflexivo. Además, se encuentra que los estilos de aprendizaje se definen según el programa de licenciatura que cursa el estudiante, así como el área de especialidad en la cual se encuentra inscrito. Posiblemente, esto se relaciona con los contenidos, metodologías, información y exigencias específicas de cada carrera.

Los anteriores hallazgos llevan a suponer que el desempeño académico de estudiantes universitarios, no solo depende de la capacidad atencional y memorística de los estudiantes para retener y evocar información, además, parece requerir de habilidades y procesos implicados en su análisis, transformación y aplicación. En este último punto, se hace necesario que el estudiante cuente con un estilo de aprendizaje y con estrategias de aprendizaje particulares de procesamiento, para aprender favoreciendo un mejor desempeño cognitivo. Cabe resaltar que los

estilos de aprendizaje son susceptibles de mejorarse y cuando a los alumnos se les enseña según su propio estilo de aprendizaje, aprenden con más efectividad. Esta situación, puede garantizar procesos de enseñanza-aprendizaje de alta calidad.

Teniendo en cuenta que el ser humano, para aprender, requiere de diferentes procesos cognitivos, en el presente trabajo se expondrá la relevancia de dos de estos procesos para asegurar el desempeño académico. Estos son el estilo de aprendizaje y las estrategias de aprendizaje. A continuación, se describen y explican cada una de las variables experimentadas en este trabajo.

Estilos de aprendizaje

Estudiar las distintas maneras en que las personas perciben, analizan y estructuran la información para aprender, incluye múltiples aspectos que pueden aportar a la comprensión de los procesos de aprendizaje en los seres humanos. Si bien la educación de manera tradicional consideró una forma particular de apropiarse de la realidad y de enseñar, en la actualidad, la psicología cognitiva ha aportado nuevos conocimientos para asegurar que, realmente, los procesos de aprendizaje sean exitosos. En particular, proponen dos conceptos claves para ello, los estilos y las estrategias de aprendizaje.

“Los estilos de aprendizaje son los rasgos cognitivos, afectivos y fisiológicos que sirven como indicadores relativamente estables, de cómo los alumnos perciben interacciones y responden a sus ambientes de aprendizaje” (Keefe citado en Alonso y Gallego, 1994, p. 104). Estos rasgos se evidencian en la manera cómo los sujetos formalizan los esquemas de interpretación y su relación con los contenidos e información. Además, se encuentran involucrados con rasgos afectivos como las motivaciones y expectativas que influyen en el aprendizaje y los rasgos fisiológicos asociados con el biotipo y el biorritmo del estudiante.

Cada vez que un estudiante se expone a una tarea de aprendizaje pone en evidencia su estilo de aprendizaje, pues define la manera cómo se concentra sobre una información nueva y difícil, cómo la procesa y la memoriza (Dunn, Dunny Price, 1985); el estilo de aprendizaje implica diferentes procesos cognoscitivos que se despliegan para que el aprendiz resuelva tareas que requieren ser aprendidas.

En este sentido, es importante considerar que los estilos de aprendizaje pueden favorecer los procesos de adquisición, interpretación y análisis de la información. Esto porque le permite al aprendiz aproximarse de diferentes formas a los contenidos que debe asimilar, además, reorienta sus acciones hacia mecanismos eficaces para el procesamiento de la información. Las características de los estilos de aprendizaje fueron descritas por Revilla (1998), destacando que son relativamente estables, pueden modificarse de acuerdo con las situaciones a las que se expone una persona y sirven como medio para facilitar su aprendizaje.

Los estilos de aprendizaje se clasifican de acuerdo con las preferencias individuales de acceso al conocimiento. Una de las clasificaciones más conocidas es la que ofrece el Cuestionario Honey Alonso de estilos de aprendizaje (Chaea; Alonso, Gallego y Honey, 1995), la cual define los siguientes estilos:

- Estilo activo de aprendizaje: se basa en la experiencia directa y se caracteriza ser animador, improvisador, descubridor, arriesgado y espontáneo.
- Estilo reflexivo de aprendizaje: centrado en la observación y recogida de datos. Este estilo de aprendizaje se caracteriza por ser ponderado, concienzudo, receptivo, analítico y paciente.

- Estilo teórico de aprendizaje: se basa en la conceptualización abstracta y formación de conclusiones, este estilo de aprendizaje es metódico, lógico, objetivo, crítico, estructurado y planificado.
- Estilo pragmático de aprendizaje: focalizado en la experimentación activa y búsqueda de aplicaciones prácticas; este estilo de aprendizaje se caracteriza por ser experimentador, directo, realista y técnico.

Estrategias de aprendizaje

La Psicología Cognitiva postula la existencia de diferentes procesos cognoscitivos que permiten el procesamiento de la información a la que accede una persona, como lo son los procesos de adquisición, codificación, almacenamiento y recuperación de datos. Además de estos procesos, las teorías cognitivas establecen que para obtener un rendimiento óptimo del sistema cognitivo es necesario que se den otros procesos de naturaleza meta cognitiva (véase la figura 1).
Figura 1. Estrategias activadas en el procesamiento de información. Tomado de Román y Gallego (1994).

Desde una concepción constructivista del aprendizaje, es posible conceptualizarlo como operación mental que involucra una serie de procesos cognoscitivos coordinados que se despliegan en la persona ante la ejecución de una tarea o ante la exposición de un problema que debe ser resuelto. Lo anterior, se constituye en el objetivo de la persona, quien enfrenta la situación mediante el uso de estrategias de aprendizaje específicas que le facilitan el proceso (Ausubel, Novak y Henesian, 1993; Flavell, 1984 y Bandura, 1982; Gagné, 1987). Camarero, Buey y Herrero (2000) definen las estrategias de aprendizaje como actividades propositivas que se reflejan en las cuatro grandes fases del procesamiento de la información. Esta visión, la

a partir de cuatro fases del aprendizaje que experimentan las personas cuando aprenden:

1. Fase de adquisición.

En esta etapa es fundamental el proceso cognoscitivo de la atención, pues ésta se encarga de seleccionar, transformar y transportar la información desde el ambiente al registro sensorial (Román y Gallego, 1994). Esta fase contiene: (a) estrategias atencionales, encargadas de explorar la información previa y fragmentarla según los contenidos de conocimientos previos; y (b) estrategias de repetición, las cuales tienen como función facilitar el paso de la información a la memoria a largo plazo, utilizando simultáneamente diferentes receptores como la visión, la audición, la cinestesia, el gusto y la motricidad.

2. Fase de codificación de la información.

Facilita la elaboración y organización de la información relacionándola y dándole significados para generar nuevos modelos mentales. Dicha fase contiene estrategias de elaboración y organización de nueva información.

3. Fase de recuperación de la información.

Se encarga de desplegar estrategias de búsqueda en la memoria (búsqueda de codificaciones e indicios), estrategias de generación de respuesta (planificación y preparación de la respuesta escrita).

4. Fase de apoyo.

Teniendo en cuenta que el procesamiento de información se da simultáneamente con otros procesos de naturaleza meta cognitiva y cognitiva que pueden fortalecer, neutralizar u obstaculizar el funcionamiento cognitivo, en esta fase se activan estrategias meta cognitivas de autoconocimiento y automanejo, estrategias afectivas (de auto instrucciones, autocontrol y contra

distractoras), sociales (para regular interacciones sociales) y motivacionales (para regular el aprendizaje a partir de la motivación intrínseca, extrínseca y de escape que experimenta la persona que aprende).

Desempeño académico

Actualmente, el logro académico, como constructo teórico, es considerado como el producto de un proceso escolar; su referente de evaluación supone el logro o no de unos objetivos de aprendizaje, propuestos en dicho contexto. Bahamón (2010) expone que el logro académico puede ser entendido como el resultado que se supone debe obtener el estudiante con respecto a las metas fijadas por una institución académica.

En este sentido, el logro académico (Hederich, 2004) es determinado por medio de evaluaciones de diferente índole, que permiten detallar en números o categorías cómo ha sido el aprendizaje de un estudiante, frente a un tema enseñado. Las evaluaciones objetivas son aquellas que indagan el aprendizaje de una persona, a partir de la aplicación de pruebas estandarizadas, es decir, ofrecen puntuaciones para referirse al logro académico de un estudiante, de acuerdo al desempeño esperado para una población en particular. Entre tanto, las pruebas pedagógicas son aquellas construidas por los maestros dentro de su labor de enseñanza aprendizaje, que pueden dar cuenta del logro académico de un estudiante a partir de una calificación cuantitativa o cualitativa, que define el propio maestro.

Teniendo como referencia lo anterior, la presente investigación tuvo por objetivo determinar si existe una relación entre el estilo de aprendizaje, las estrategias de aprendizaje y el logro académico de estudiantes de pregrado de la Universidad. La hipótesis del trabajo afirma la existencia de una correlación estadísticamente significativa entre los estilos, estrategias de

aprendizaje y el logro académico de los estudiantes de pregrado participantes en el presente trabajo.

Método

El presente estudio presenta un diseño no experimental, cuantitativo transversal-correlacional (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

Participantes

La técnica de muestreo fue por conveniencia (todos los estudiantes de la facultad de segundo a cuarto semestre tuvieron la misma posibilidad de participar), en la cual se consideró cada uno de los programas de licenciatura existentes en la escuela.

Posteriormente, se estableció el número de estudiantes por programa que debían participar en el estudio, para tener una muestra representativa. Para ello, se aplicó la fórmula $sh=n/N$. De un total de 1963 estudiantes en el semestre del año 2013, participaron en el estudio 310 estudiantes, con edad entre 17 y 21 años. De este total, 223 participantes eran mujeres y 87 hombres. La mayoría de ellos, provenientes de familias de estrato socioeconómico medio. Los participantes fueron parte de cuatro carreras: (a) Tecnologías de Información, (b) Administración, (c) Negocios Internacionales, (d) Contaduría Pública. El único requisito de inclusión establecido fue que solamente podían participar los estudiantes entre segundo y cuarto semestre.

Instrumentos

Escala de estrategias de aprendizaje. (ACRA; Román y Gallego, 1994).

Instrumento de auto informe que permite evaluar de forma cuantitativa las estrategias de aprendizaje que tienen lugar durante la actividad del estudio en sus distintas fases de adquisición, codificación, recuperación y apoyo de la información (Nisbet y Schucksmith citado en Román y

Gallego, 1994). Consta de cuatro subescalas independientes que evalúan el uso que hacen los estudiantes de siete estrategias de adquisición, 13 estrategias de codificación, cuatro estrategias de recuperación de información y nueve estrategias de apoyo al procesamiento.

Esta escala posee apropiadas propiedades psicométricas. Por ejemplo, los coeficientes de fiabilidad de la escala ACRA, son ampliamente satisfactorios para sus diferentes subescalas. La subescala de adquisición obtiene una puntuación de alfa de Cronbach de 0.77, la subescala de codificación de 0.93, la subescala de recuperación de 0.84 y la subescala de apoyo de 0.85 (Barca, Peralbo, Marcos, Malmierca y Porto, 2009).

Cuestionario Honey-Alonso de estilos de aprendizaje (Chaea; Alonso, Gallego y Honey, 1995; Honey y Mumford, 1986). Autoinforme que puede ser aplicado de manera individual o grupal, consta de 80 ítems que puntúan entre 0 y 1. Este instrumento permite evaluar cuatro estilos de aprendizaje según la preferencia individual de acceso al conocimiento, que fueron descritos anteriormente. Estos son: estilo activo, reflexivo, teórico, y estilo pragmático de aprendizaje.

De acuerdo con los datos reportados por Villardón y Yániz (2003) y Vivas (2002), la aplicación del Chaea en población de habla hispana obtuvo índices de confiabilidad apropiados para cada uno de los estilos. El estilo activo obtuvo un alfa de Cronbach de 0.62, el reflexivo de 0.72, el teórico de 0.65 y el pragmático de 0.58.

Desempeño académico. Se evaluó a través del informe que ofrece el sistema de rendimiento académico de la universidad, sobre el promedio acumulado que cada estudiante tiene en la carrera que cursa en el momento de la medición. La norma establece que dicho promedio debe encontrarse en una escala de 0 a 100, donde puntuaciones inferiores a 70 son consideradas reprobatorias, las puntuaciones entre 70 y 89 son medias, mientras que aquellas por iguales o por encima de 90 son consideradas altas.

Procedimiento

La aplicación de los instrumentos se realizó mediante la selección por conveniencia de los participantes. Se envió una solicitud a cada uno de los profesores de los grupos seleccionados para que se les informara. A partir de la cual, se realizó una visita con los participantes para darles datos específicos de la investigación, así como de los procesos de aplicación y citación. Los instrumentos se aplicaron a los participantes con la previa firma de consentimiento informado. La administración de las escalas fue realizada en una única sesión en horario de clases, con tiempo de descanso de cinco minutos entre cada instrumento. Posteriormente, se procedió a la calificación de los cuestionarios respondidos por los participantes y al procesamiento de los datos haciendo uso del programa estadístico SPSS.21 Específicamente, se calcularon estadísticos descriptivos e inferenciales (coeficiente de rango de Rho Spearman, para definir la relación existente entre las variables estudiadas).

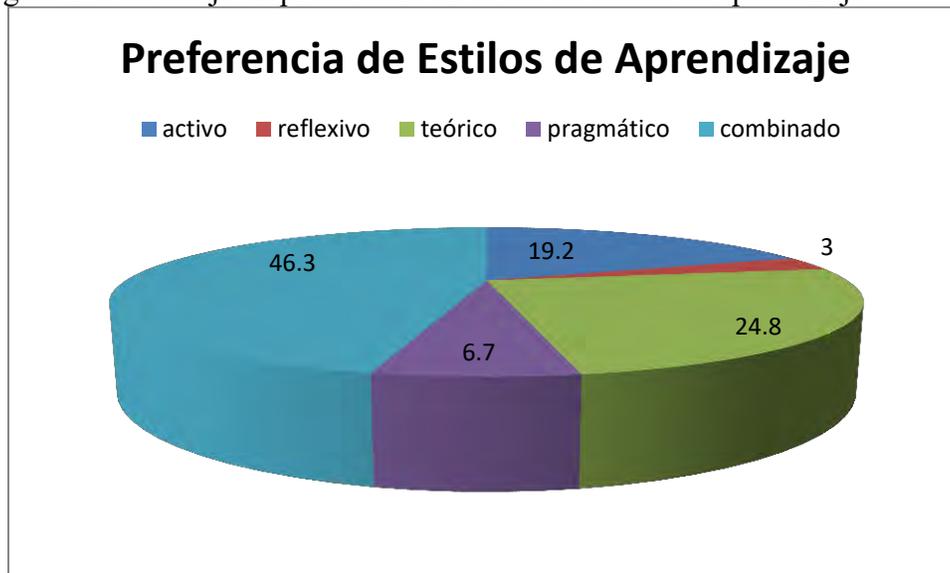
Resultados

El rango de edad de los participantes se encuentra entre los 17 y 21 años, rango que coincide con las características generales de los estudiantes de la licenciatura.

En cuanto al tipo de institución educativa en la cual los participantes cursaron su nivel de educación media superior, se encontró que 244 de ellos manifestaron haber estudiado en una institución de naturaleza pública. La media del logro académico de los participantes fue 76, lo cual expone que la mayoría de los participantes obtuvo un logro catalogado, como medio. El logro académico de mujeres y hombres se encuentra dentro del mismo rango medio, siendo el promedio acumulado mínimo de 70 y el promedio máximo de 88. Las preferencias en el uso de estilos de aprendizaje, de acuerdo con los resultados obtenidos por la aplicación del Chaea, ponen en evidencia que la mayoría de los participantes no hacen uso de un solo estilo o modo de

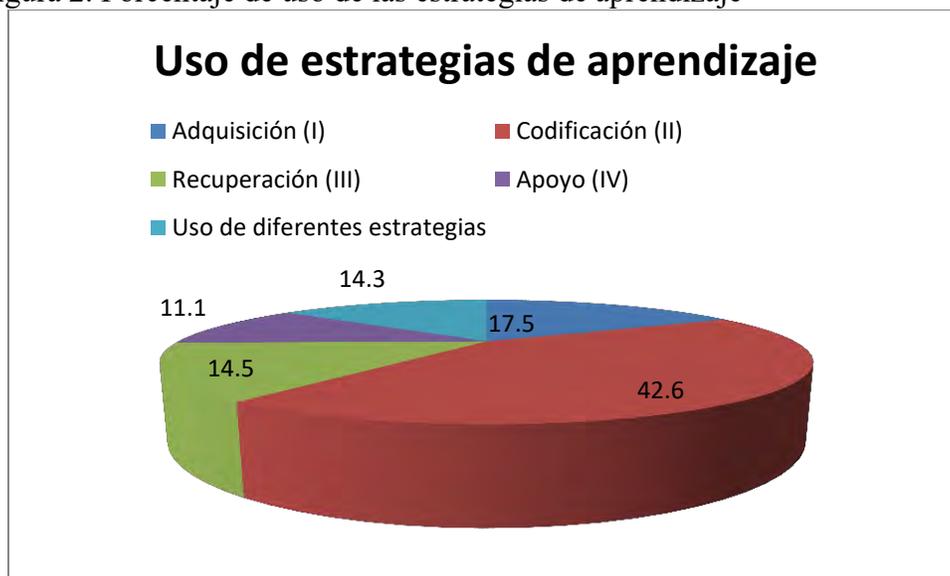
aprendizaje. Así, es posible identificar combinaciones entre diferentes estilos. En cuanto a los estilos puros que se presentaron en los estudiantes, se logró identificar que el 24.8% utilizan el estilo teórico, seguido del estilo activo 19.2% (véase figura 1).

Figura 1. Porcentaje de preferencia en el uso de estilos de aprendizaje



Fuente: Propia abril de 2015

Figura 2. Porcentaje de uso de las estrategias de aprendizaje



Fuente: Propia abril de 2015

Sobre el uso de estrategias de aprendizaje, los participantes puntuaron significativamente alto en la subescala de codificación, lo cual indica que es común en los estudiantes hacer uso de

estrategias que les ayuden a organizar la información que se les enseña en la universidad, buscando dar sentido a la nueva información (véase figura2). Además de las puntuaciones específicas, los participantes muestran el uso de dos o más estrategias preferentes simultáneamente.

Ahora bien, la escala con mayor puntuación en la escala ACRA fue la de codificación seguida de la de adquisición la cual dispone los procesos atencionales para seleccionar y transformar la información que proviene de los registros sensoriales. Las puntuaciones más bajas se dieron en la escala de recuperación, lo que sugiere que los estudiantes utilizan en menor medida los procesos para desplegar estrategias que faciliten la búsqueda de información en la memoria. La menor puntuación se presentó en el uso de estrategias de apoyo, indicando que los participantes despliegan menos recursos para el autoconocimiento y autocontrol cognitivo, afectivo, social y motivacional de su aprendizaje.

Cuando se analizan conjuntamente las estrategias de aprendizaje empleadas por los participantes y su desempeño académico, se encuentra que aquellos estudiantes con un provecho alto refieren emplear prioritariamente estrategias de aprendizaje en la fase de recuperación, lo cual evidencia que los estudiantes que tienen promedios entre 80 a 100 suelen presentar una mejor planificación de su estudio y preparación para los exámenes (véase tabla 1). Por su parte, los estudiantes que su resultado académico se encuentra en el rango medio (entre 60 y 79) tienen predilección por usar estrategias de aprendizaje de la fase de adquisición. En este caso, destaca el uso de estrategias atencionales que se encargan de explorar la información previa y fragmentarla para relacionarla con los contenidos de conocimientos previos. Por su parte, la tabla 2 detalla la relación entre estilos de aprendizaje y el nivel del desempeño académico de los estudiantes participantes en este estudio.

Tabla 1. Estrategias de aprendizaje por desempeño académico de los participantes

	Estrategias de Adquisición			Estrategias de codificación			Estrategias de Recuperación			Estrategias de Apoyo		
	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
<i>Estadísticos</i>												
<i>Media</i>	48.3	53.4	54.4	50.3	64	70.4	41.7	53.3	58.3	28.3	48.0	57.4
<i>Error típ.</i>	6.0	1.9	5.1	20.3	1.7	3.9	18.3	1.8	4.3	6.0	1.8	4.4
<i>Mediana</i>	45.0	60.0	60.0	30.0	70.0	80.0	60.0	55.0	60.0	25.0	50.0	65.0
<i>Desv. Típ.</i>	10.4	30.6	34.4	35.2	27.8	26.5	31.8	29.1	29.2	10.4	28.5	30.0
<i>Mínimo</i>	40.0	1.0	1.0	30.0	1.0	10.0	5.0	1.0	5.0	20.0	1.0	2.0
<i>Máximo</i>	60.0	99.0	99.0	91.0	99.0	99.0	60.0	99.0	99.0	40.0	99.0	99.0

Fuente: Propia abril de 2015

El análisis de los estilos de aprendizaje, según el programa académico que cursan los participantes, evidencia algunas particularidades por destacar. Por ejemplo, los estudiantes de Tecnologías de Información suelen emplear un estilo de aprendizaje reflexivo; en Contaduría, los estudiantes emplean el estilo pragmático.

Tabla 2. Estilos vs desempeño académico

	Activo			Reflexivo			Teórico			Pragmático		
	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
<i>Estadísticos</i>												
<i>Media</i>	14.7	13.2	12.9	14.7	15.0	15.5	13.3	14.4	14.7	11.0	14.0	14.1
<i>Error típ.</i>	1.3	0.2	0.5	0.3	0.2	0.4	1.3	0.2	0.4	3.1	0.2	0.4
<i>Mediana</i>	16.0	13.0	13.0	15.0	15.0	16.0	12.0	15.0	15.0	13.0	14.0	14.0
<i>Desv. Típ.</i>	2.3	2.8	3.2	0.6	3.0	2.5	2.3	2.8	3.0	5.3	2.9	2.9
<i>Mínimo</i>	12.0	3.0	4.0	14.0	6.0	10.0	12.0	7.0	7.0	5.0	4.0	8.0
<i>Máximo</i>	16.0	20.0	20.0	15.0	29.0	20.0	16.0	20.0	20.0	15.0	20.0	20.0

Fuente: Propia abril de 2015

Finalmente, para revelar al objetivo del actual trabajo, se computó la relación existente entre los estilos de aprendizaje, las estrategias de aprendizaje y el desempeño académico de estudiantes. Ver tabla 3. Entre las correlaciones reveladoras encontradas, destaca la relación

entre el resultado académico y estrategias de apoyo para el control cognitivo, social, afectivo y motivacional, si se tiene en cuenta que esta escala es la menos utilizada por los participantes y que el desempeño académico de la mayoría de los estudiantes se concentran en un nivel medio.

Tabla 3. Correlaciones entre variables

	Estrategias de adquisición	Estrategia de codificación	Estrategias de recuperación	Estrategias de apoyo
Desempeño Académico	0.12*	0.10	0.13*	0.16**
Estilo activo	0.029	0.01	0.02	0.01
Estilo Reflexivo	0.20**	0.13*	0.22**	0.22**
Estilo Teórico	0.24**	0.16**	0.27**	0.35**
Estilo Pragmático	0.21**	0.11*	0.10	0.21**

*p < 0.05, bilateral. **p < 0.01, bilateral

Conclusiones

Los resultados del presente estudio destacan como el estilo de aprendizaje más utilizado por los participantes de la investigación, el teórico; esto, sugiere que los estudiantes emplean con mayor frecuencia la abstracción para la formación de conclusiones, tanto a nivel metódico como lógico, y buscan aproximarse a un nuevo aprendizaje de forma objetiva, crítica, estructurada y planificada.

Cabe resaltar que la mayoría de los participantes de esta investigación se encontraban cursando cuarto semestre, seguidos por tercero y segundo, lo cual coincide con lo planteado por Alonso, Gallego y Honey, (1995), Camero, Martín y Herrero (2000), Pujol (2003) y Peinado (2007), quienes expresan que los primeros semestres en la Universidad modelan la predominancia de estilos de aprendizaje de tipo pragmático o teórico.

Entre tanto, el estilo que más bajo puntuó en los estudiantes fue el reflexivo, lo que significa que son pocos quienes trabajan bajo presión o con plazos obligatorios, investigan, trabajan minuciosamente, son receptivos y analíticos frente a la nueva información que se les ofrece en sus carreras de formación.

Por otra parte, los datos recogidos con el Chaea muestran que la mayoría de los participantes no hacen uso de un solo estilo o modo de aprendizaje, siendo posible identificar combinaciones entre diferentes estilos, lo cual sugiere cierta multimodalidad en el desempeño de los estudiantes cuando realizan procesos para adquirir nuevos conocimientos y aprenderlos.

Si bien es cierto que los estilos de aprendizaje son esquemas de comportamiento, éstos no suelen ser fijos, predeterminados, por el contrario, pueden cambiar según la situación de aprendizaje y experiencia que va adquiriendo el aprendiz. En cuanto a la transformación de éstos, las investigaciones indican que el estudiante modifica sus estilos de aprendizaje en la medida en que avanza en sus estudios, lo cual podrían evidenciar un proceso de adaptación cognitiva a la vida universitaria y a las estrategias pedagógicas empleadas por los educadores. De acuerdo con esto, es importante que al estudiante se le enseñe a identificar su propio estilo para movilizar un aprendizaje efectivo (Revilla, 1998). En cuanto a las estrategias de aprendizaje, las cuales son entendidas como actividades propositivas que se reflejan en las cuatro grandes fases del procesamiento de nueva información (adquisición, codificación, recuperación y apoyo), se encuentra que los estudiantes de esta institución puntúan significativamente alto en el uso de dos o más estrategias, que suelen usar simultáneamente cuando estudian. Esto supone que los estudiantes evaluados poseen procesos más complejos para la adquisición e interpretación de la información, así, el uso simultáneo de diferentes estrategias expone una fortaleza en los estudiantes en tanto poseen mayores recursos para afrontar tareas de aprendizaje. Ahora bien, las puntuaciones más altas se obtuvieron para las estrategias de codificación, a excepción de los estudiantes del programa de Contaduría (que destacan el uso de estrategias de adquisición) y de Administración y Negocios Internacionales (que resaltan el uso de estrategias de recuperación). Lo anterior, indica que es común el uso de procesos que aporten a la organización y elaboración

de la información, estableciendo estructuras diferentes para el procesamiento de los datos con el objeto de dar sentido a la nueva información, cuestión que puede asociarse con las competencias requeridas en estas carreras en tanto demandan habilidades pragmáticas para su desempeño profesional.

Los datos recogidos en este trabajo sugieren que los participantes que emplean un estilo de aprendizaje teórico suelen emplear estrategias de aprendizaje de codificación, alcanzando un logro académico medio (entre 70 a 79). Esta información es coherente con los promedios académicos de los participantes, y con la literatura científica que propone que para poder obtener un desempeño alto, los estudiantes deben utilizar, principalmente, estrategias de apoyo (Román y Gallego, 1994).

En síntesis, los resultados de esta investigación evidencian la necesidad de que se imparta una enseñanza explícita y sistemática de estrategias de aprendizaje y/o técnicas de estudio a estudiantes, pues parece ser la mejor vía para asegurar que su aprendizaje sea el más exitoso.

Es decir, los programas académicos no deben concentrarse únicamente en impartir los contenidos técnicos de su disciplina, también deben esforzarse por enseñarle a sus estudiantes cómo adquirir eficientemente estos conocimientos. Esta propuesta debe incluir la capacitación de docentes sobre cómo enseñar a sus estudiantes a tener mejores estrategias de aprendizaje teniendo en cuenta sus estilos de aprendizaje, de modo que puedan incluir elementos didácticos que favorezcan el aprendizaje de sus estudiantes.

Futuros estudios deben buscar ampliar la muestra, para incluir estudiantes de toda la universidad e incluso de otras universidades, que estudian en instituciones educativas públicas.

Referencias

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1

Julio 2014 - Junio 2015

Alonso, C. M. y Gallego, D. J. (1994). Estilos individuales de aprendizaje: implicaciones en la conducta vocacional. En F. Rivas (Ed.), *Manual de asesoramiento y orientación vocacional*. Madrid: Síntesis.

Alonso, C. M., Gallego, D.L. y Honey, P. (1995). *Los estilos de aprendizaje: Procedimientos de diagnóstico y mejora*. Bilbao: Ediciones Mensajero.

Ausubel, D., Novak, J. y Henesian, H. (1993). *Psicología Educativa. Un Punto de vista cognoscitivo*. México: Trillas.

Bahamón, M. (2010). Relaciones existentes entre sistema de mediación del aprendizaje, autorregulación del aprendizaje y logro académico en estudiantes de pregrado de una universidad de Pereira. *Revista Psicología Científica*, 12(22). Recuperado de <http://www.psicologiacientifica.com/relaciones-sistemade%20mediaci%C3%B3n-aprendizaje-autorregulacionlogro-acad%C3%A9mico>

Bandura, A. (1982). *Teoría del aprendizaje social*. Madrid: Espasa-Calpe.

Barca, A., Peralbo, M., Marcos, J., Malmierca, F. y Porto, A. (2009). Estrategias cognitivas y metas académicas: sus efectos en los estilos de aprendizaje. *Revista Actas do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia*, 35, 4342-4369.

Recuperado de

<http://www.educacion.udc.es/grupos/gipdae/congreso/Xcongreso/pdfs/t9/t9c323.pdf>

Barros, A. (2007). Estrategias de aprendizaje en las matemáticas que emplean los estudiantes universitarios. *Revista Perspectiva Psicológica*, 9, 7-51. Recuperado de www.umanizales.edu.co/programs/psicologia/Perspectiva/REVISTA%209/estrategiasdeaprendizaje.pdf/es

Camarero F., Martín F. y Herrero. J. (2000). Estilos y estrategias de aprendizaje en estudiantes universitarios. *Psicothema*, 12(4), 615-622.

Ejercicio de la Facultad de Rehabilitación y Desarrollo Humano. *Revista Ciencias de la Salud*, 4, 41-53.

Dunn, R., Dunn, K. y Price, G. (1985). Manual: Learning Style Inventory. Lawrence, Kansas: Price Systems.

Escalante, E. Linzaga, E. y Escalante, E. (2006). Los estilos de aprendizaje de los alumnos del CEPCsaegro. *Revista Iberoamericana de Educación*, 41(1), 6-15. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2169153>

Flavell, J. (1984). *El desarrollo cognitivo*. Madrid: Visor.

Fortoul, I. T., Varela, R. M., Ávila, C. M., López, M. S. y Nieto, M. D. (2006). Factores que influye en los estilos de aprendizaje en el estudiante de Medicina. *Revista de la Educación Superior*, 35(2), 55-62. Recuperado de http://www.anuies.mx/servicios/p_anuies/publicaciones/revsup/pdf/RES_138.pdf

Gagné, R. (1987). *Las condiciones del aprendizaje*. México: Interamericana.

Hederich, C. (2004). *Estilo cognitivo y logro académico* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de: http://www.pedagogica.edu.co/storage/rce/articulos/40-41_14infor.pdf

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista P. (2006). *Metodología de la investigación* (4ª ed.). México: McGraw Hill.

construcción del Espacio europeo de educación superior. *Educación y Educadores*, 12(3), 75-98.

Honey, P. y Mumford, A. (1986). *The Manual of Learning Styles*. Maidenhead, Berkshire. P.

http://www.alammi.info/documentos/1congreso/memorias/mie2_2.pdf

Kolb, D. A. (1984). *Learning Style Inventory: Technical Manual*. Boston.

López, C. y Ballesteros, C. (2003). Evaluación de los estilos de aprendizaje en estudiantes de

Enfermería, mediante el cuestionario Chaea. *Revista Enfermería Global*, 2(3), 1-12.

Recuperado de <http://revistas.um.es/eglobal/article/view/626/652>

Madrona, P., Contreras, O., Pastor, J., Gómez, I., González, E., García, L., De Moya, M. y

López, A. (2007). Estilos de aprendizaje de los estudiantes de Magisterio: Especial consideración de los alumnos de Educación Física. *Revista de Curriculum y Formación*

Profesorado, 11(2), 1-19. Recuperado de <http://www.ugr.es/~recfpro/rev112ART8.pdf>

Pujol, L. (2003, Noviembre). *Efecto en la conducta de búsqueda de información precisa en*

hipermedios de dos variables personales: estilos de aprendizaje y uso de estrategias metacognitivas en estudiantes universitarios. Documento presentado en el Congreso

Internacional Edutec 2003: Gestión de las Tecnologías de la Información y la

Comunicación en los Diferentes Ámbitos Educativos. Caracas, Venezuela. Recuperado

de http://gte.uib.es/cd_edutec2003/ponencias/72.doc.

Revilla, D. (1998) “*Estilos de aprendizaje*”, *Temas de Educación*. Segundo Seminario Virtual

del Departamento de Educación de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Recuperado de <http://www.pucp.edu.pe/~temas/estilos.html>

Román, S. y Gallego, R. (1994). *Escalas de estrategias de aprendizaje*. Madrid: Editorial PSEA.

Troiano, H. Breitman, M. y Gete-Alonso, C. (2004). Estilos de aprendizaje que predominan entre los estudiantes universitarios. *Revista de Enseñanza Universitaria*, 23, 63-84.

Úbeda, M. y Escriáxiñe, M. (2002). Estudio contrastivo de los estilos de aprendizaje en los estudiantes de Arquitectura. *Revista Didáctica (Lengua y Literatura)*, 14, 251-271.

Recuperado de <http://revistas.ucm.es/edu/11300531/articulos/DIDA0202110251A.PDFU>

Villardón, L. y Yániz, C. (2003). *Efectos del aprendizaje cooperativo en los estilos de aprendizaje y otras variables* (Tesis doctoral). Universitat Politècnica de Catalunya,

UPC. Recuperado de

[http://giac.upc.es/PAG/giac_cas/GIAC_JAC/03/L%20VILLARDON\(formAT3\)\(11\).htm](http://giac.upc.es/PAG/giac_cas/GIAC_JAC/03/L%20VILLARDON(formAT3)(11).htm)

Vivas, M. (2002). Algunas derivaciones didácticas a partir del diagnóstico de los estilos de aprendizaje de los alumnos. *Revista. Ágora*, 5(9), 35-55. Witkin, H (1985). *Estilos cognoscitivos: Naturaleza y orígenes*. México: Editorial Pirámide.



EL EMPOWERMENT DOCENTE: PIEZA CLAVE PARA EL ÉXITO EN EL DESEMPEÑO EDUCATIVO

Dra. María Mayela Terán Cázares

*Institución de Adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración. Universidad
Autónoma de Nuevo León*

Dirección: Cd. Universitaria. San Nicolás de los Garza, Nuevo León

Correo electrónico: mayela.teran@gmail.com

Nacionalidad: mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 25/Mayo/2015

Resumen

La presente investigación analiza la relación entre los factores internos y externos del entorno organizacional educativo, los cuáles influyen en el Empowerment docente, este se desarrolla a través del análisis de las dimensiones correspondientes al Empowerment docente. En este estudio se realzan las contribuciones teóricas más significativas del Empowerment docente, a través de las cuáles se llega a la condición de la importancia de que los docentes perciban la oportunidad de tomar parte en el establecimiento de metas y ser participes en el desarrollo de políticas de sus programas educativos. Se estudió una muestra de 22 docentes pertenecientes a una Institución Educativa Privada en el nivel Universitario, en la cual se determinó el impacto de los factores internos y externos en el Empowerment y su rendimiento en su desempeño educativo, considerando la cultura escolar como uno de los factores internos de influencia.

Palabras Clave:

Empowerment Docente, Factores internos y externos, Cultura escolar

Introducción

En las organizaciones existe una búsqueda constante por la excelencia y la calidad en todos los niveles, esto independientemente del giro o actividad que persigan. También existen una variedad de factores y aspectos que determinan y promueven esta excelencia y calidad. Dentro del ámbito educativo en específico existen diferentes aspectos que han captado la atención de especialistas en este giro, como ejemplos podemos mencionar la calidad de los programas curriculares, la efectividad de los sistemas de evaluación, el rendimiento académico de los alumnos, la integración tecnológica, etc. Esto es parte de asegurar la excelencia y Calidad que se persigue, siendo estos aspectos periódicamente revisados, modificados o actualizados tanto en el sector público como en el privado con el propósito de satisfacer y cumplir con las demandas educativas que el dinámico sector organizacional va exigiendo en su constante evolución.

Uno elemento que en los últimos años ha estado tomado más importancia y difusión dentro de organizaciones, en países en su mayoría desarrollados, es el “*Empowerment*”, el cual puede tener diferentes connotaciones y definiciones. El “*Empowerment*” proviene del hecho de liberar el conocimiento, la experiencia y el poder motivacional que ya poseen las personas pero que de alguna manera han estado en gran medida sin uso. Sin embargo consideramos que este aspecto, el empowerment, tiene un impacto no solo a nivel docente sino también en aspectos como, el logro académico de los alumnos, el ambiente laboral, el cumplimiento de metas a nivel organizacional y demás, el cual, aun no ha tomado su valor e importancia real dentro del sistema educativo en nuestro país. Es importante considerar que el concepto “Calidad Educativa” no solo involucra una mejora en aspectos del alumnado y su rendimiento académico sino que además de otros elementos, persigue también un mejoramiento en el desempeño de todos los agentes y procesos del sistema educativo, incluyendo a los docentes en su profesionalismo, participación y

grado de involucramiento escolar. La carencia o limitación de *Empowerment* en los docentes verdaderamente puede constituir una pieza faltante clave para el éxito y distinción de un plantel educativo. Expuesto lo anterior consideramos que se debe dar crédito y validación al impacto y efecto del “*Empowerment*” por lo que partiendo de los argumentos antes mencionados se puede desprender la pregunta de investigación en este trabajo: ¿Qué factores internos y externos del Empowerment Docente están presentes en los docentes a nivel universitario? De igual manera se pretende realizar un desglose teórico-conceptual que muestre la relación de cada uno de estos factores con el Empowerment Docente así como precisar su relación con la Cultura Escolar como factor externo. A través de este estudio se pretenden alcanzar adicionalmente los siguientes objetivos específicos:

Calcular los niveles globales percibidos de todos los factores internos y externos del Empowerment Docente en cada uno de los docentes pertenecientes al plantel educativo que componen la muestra de estudio.

Precisar la correspondencia global entre la Cultura Escolar y el Empowerment Docente, así como evaluar el efecto global de la Cultura Escolar en el Empowerment Docente de la población objeto de estudio. Teniendo como fundamento el planteamiento del problema de esta investigación procedemos a detallar la sustentación teórica y conceptual en base a una extensa revisión de la literatura en torno a este tema.

Marco Teórico:

Antecedentes del Empowerment

En este apartado incluimos algunas conceptualizaciones plasmadas en base a la literatura y textos de algunos estudiosos del tema. Citamos primeramente a Ginnodo (1997), quien además de incluir su definición de Empowerment como “el proveer con los medios y la oportunidad para

tomar decisiones y tomar acciones que influyan directamente en el cliente”, hace una observación importante al mencionar que encontrar una definición exacta o correcta del término puede ser una tarea difícil. Sin embargo desde el aspecto teórico el autor menciona también que el “Empowerment” no puede ser forzado ya que para llegar a este estado la gente necesita aprender los conceptos y habilidades que apoyan esta conducta. En otro contexto de ideas el autor Ken Blanchard (1996) resalta que el verdadero Empowerment no consiste en darle poder a la gente sino que más bien consiste en liberar los conocimientos, la experiencia y la motivación que ellos ya poseen. En base a lo anterior, indica que existen 3 claves para lograr que el proceso de Potenciación (Empowerment) a los empleados se alcance, los cuales son: 1) compartir información crítica y detallada sobre el rendimiento y desempeño de la compañía, 2) crear autonomía por medio de fronteras y 3) reemplazar la jerarquía con equipos auto dirigidos. En otra conceptualización del término se encontró que el Empowerment es fundamentalmente una manera diferente de trabajar en conjunto; en donde los empleados se sienten responsables no solo de hacer el trabajo sino de hacer trabajar mejor a la organización entera. El nuevo empleado es alguien que soluciona activamente los problemas y quien ayuda a planear como lograr tener las cosas hechas y participar en su realización. Las organizaciones están estructuradas de manera que la gente siente que puede alcanzar los resultados que desean, que pueden hacer lo que se necesita hacer no solo lo que es requerido de ellos y además de esto pueden esperar a ser recompensados al hacerlo, (Scott & Jaffe, 1991).

El Empowerment dentro del Ámbito Educativo

Dentro de la literatura sobre el concepto “*Empowerment Educativo*”, se encontró uno de los casos exitosos en la creación de ambientes en donde los miembros del staff han podido sentirse potencializados para soñar, crear e implementar programas sin tener que buscar el

consentimiento de los directivos. El mismo director del plantel al que nos referimos explica que el cumplimiento de esta meta tomó tiempo, mucha practica, guía constante y paciencia para desarrollarse, sin embargo como él lo describe, esto dio origen a 10 estrategias que lograban nutrir la confianza que los profesionales desean en un lugar de trabajo colaborativo, las cuales se incluyen en la figura 1.

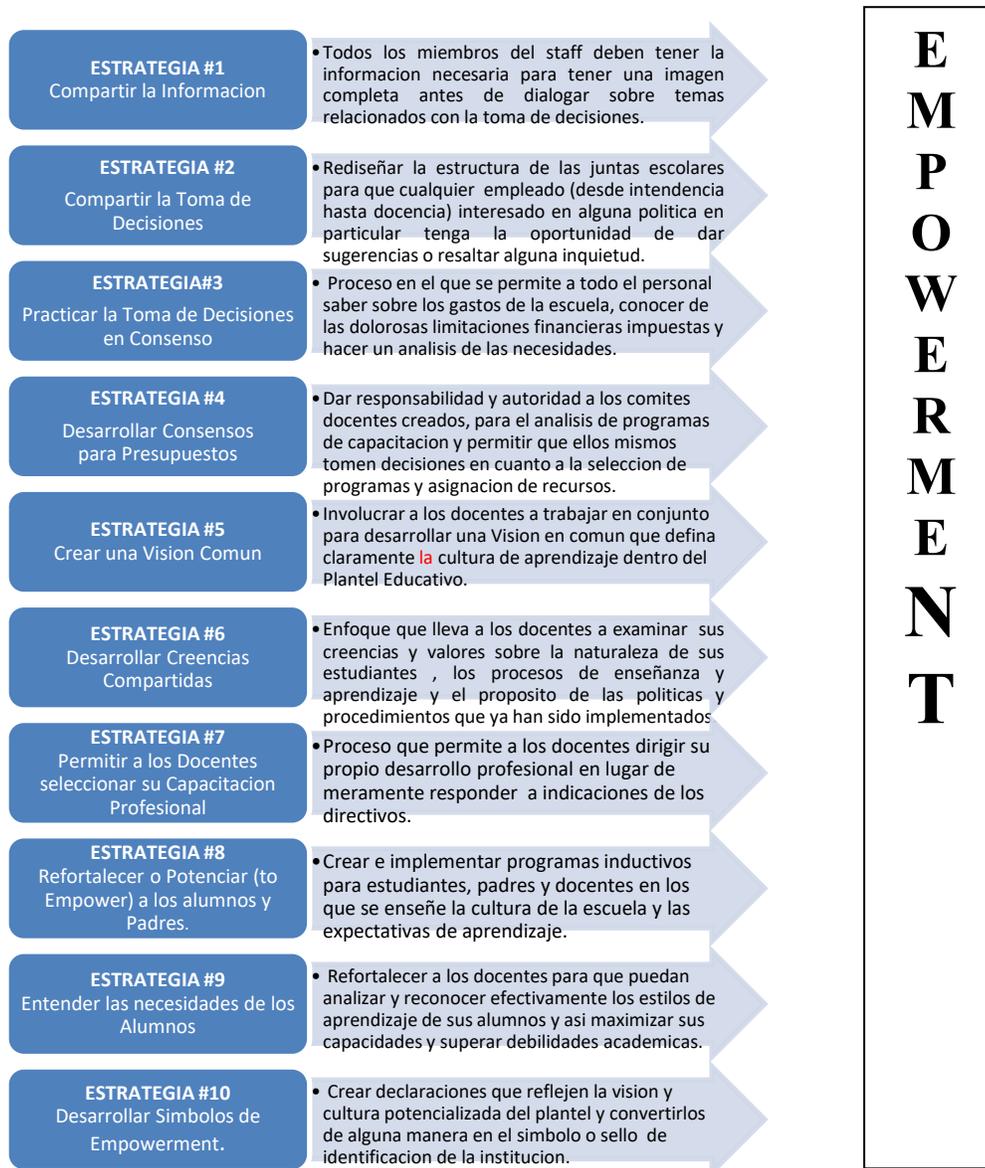


Figura 1. "10 Estrategias para el Empowerment". Fuente: Elaboración propia resumida del libro "10 Strategies for Staff Empowerment", Bill Lamperes, (2004).

Con la finalidad de iniciar con la observación y contraste en las líneas de estudio del empowerment docente, se desarrolló un esquema comparativo (tabla1), en donde se analizan la línea liberal y la conservadora (Glickman 1989, Lightfoot 1986, Liebermann 1988 y Maeroff 1988 en Blase, 2001).

LINEAS DE ESTUDIO SOBRE EL EMPOWERMENT DOCENTE	
<i>Liberales</i>	<i>Conservadores</i>
Enfatizan la capacidad de los Docentes en estado de “<i>Empowerment</i>”, a mejorar las condiciones en sus propios salones de clase.	Comparan al “ <i>Empowerment</i> ” con el profesionalismo. A los docentes se les da una nueva clase de respeto a través del reconocimiento y mejoramiento de sus condiciones de trabajo.

Tabla 1: Esquema Comparativo el Empowerment Docente: Liberales vs Conservadores. Fuente: Empowering Teachers “What successful principals do” por Joseph Blase, et al., 2001.

El Empowerment puede ser facilitado a través de los siguientes métodos: *Propiedad* que da a los docentes el sentido de que ellos tienen el mismo derecho de efectuar cambios tal y como los directivos los pueden hacer, *Elección* que significa que los docentes deben de tener la libertad de efectuar elecciones en cuanto al currículo, las estrategias de enseñanza, los materiales e incluso la selección de personal docente para el plantel en que labora, *Autonomía* en donde los docentes deben de ser capaces de establecer sus propias metas y planes de acción y *Toma de Decisiones* que se refiere a que los docentes en estado de Potenciación (empowerment) deciden que enseñar, como enseñar, que materiales usar y como evaluar a sus alumnos, Stone (1995).

En base a lo desarrollado por Byham y Cox (1992 en Manes, 2005), para implementar el empowerment en una institución educativa, se analiza como esta debería generar los siguientes factores internos y externos para el éxito de la institución en este concepto: a) entendimiento del

significado del empowerment y la decisión de implementarlo, b) una visión compartida y aceptada, en base a valores e ideario que guíen la toma de decisiones, c) sistemas de perfiles directivos, docentes y no docentes que brinden un claro entendimiento de las responsabilidades del trabajo y los métodos para medir logros en base a objetivos, d) tareas diseñadas para facultar la toma de decisiones y la responsabilidad que de ella surja, e) comunicación efectiva sobre planes, logros y fracasos, hacia arriba y hacia abajo, f) sistemas de recompensas y reconocimientos que cultiven el sentido de pertenencia y la autoestima de los colaboradores, g) sistemas de promoción y selección para identificar la calidad del personal y los líderes directivos adecuados a la realidad de cada institución, h) cambio de determinados sistemas que perjudican el empowerment, h) fortalecimiento del liderazgo directivo, i) habilidades técnicas y laborales del personal docente, j) habilidades interpersonales y capacidad para la resolución de problemas, k) habilidades del personal no docente frente al servicio a alumnos y a padres, l) organización y grupos de apoyo efectivos, m) equipos de trabajo integrados con espacios propios.

Las dimensiones estudiadas en la presente investigación sobre el Empowerment Docente se derivan de la investigación “The Empowered School District Project”, llevada a cabo en nueve distritos escolares de Estados Unidos entre 1989 y 1992. A continuación se incluye una breve descripción de cada una de ellas en base a las investigaciones realizadas por la Doctora Paula M. Short (1992).

Toma de Decisiones: Esta dimensión del “Empowerment” se relaciona con la participación docente en decisiones críticas que afectan directamente su trabajo. Un elemento clave en el “Empowerment” es el de proveer al docente un rol significativo en la toma de decisiones dentro de la escuela. Sin embargo, para que esto suceda los docentes deben creer que su participación es genuina y que su opinión tiene un impacto crítico en los resultados de la decisión tomada (Short

la toma de decisiones se caracteriza por una apertura general y capacidad para correr riesgos.

Este ambiente anima a los docentes a aplicar nuevas ideas y enfoques. Aunque debemos resaltar

también que los docentes se pueden mostrar desinteresados en participar en la toma de decisiones

si ellos perciben que sus directivos buscan sus opiniones pero que en realidad son ellos mismos

quienes imponen de alguna manera las decisiones finales en lugar de darles esa oportunidad a los

docentes (Short, et al.,1991 en Short, 1992);

Crecimiento Profesional: Esta dimensión se refiere a la percepción docente en cuanto a las

oportunidades que el plantel provee para que crezca y se desarrolle profesionalmente, para

aprender continuamente y expandir las habilidades propias del individuo a través de la vida

laboral dentro de la escuela. En relación a esto Maeroff (1988 en Short, 1992) cree que un

requisito para el empowerment docente es el de ayudar a los maestros a convertirse en

profesionales con mayores y mejores conocimientos pedagógicos y al mismo tiempo asistirlos al

desarrollar un repertorio de estrategias para enseñar;

Estatus: Se refiere a la percepción que los maestros tienen sobre el respeto profesional y la

admiración de sus colegas. Así también se refiere al apoyo que sienten y al respeto que reciben

por sus conocimientos y expertise. El estatus docente se ve afectado por la impotencia

característica de organizaciones burocráticas (Ashton & Webb 1986 en Short, 1992);

Auto – Eficacia: Este se refiere a la percepción docente sobre la creencia de que ellos tienen las

habilidades y capacidades necesarias para ayudar a sus alumnos a aprender, que son competentes

al crear programas efectivos para los estudiantes y que pueden efectuar cambios en el

aprendizaje de los mismos.

Autonomía: La Autonomía, como una dimensión del empowerment se refiere a la convicción docente de que puede controlar ciertos aspectos de su vida laboral. Esto puede ser en relación al control sobre los horarios de actividades escolares, control sobre el currículo escolar, sobre los libros de texto a utilizar y sobre la planeación de la instrucción.

Impacto: El impacto se refiere a la percepción docente de que se tiene un efecto e influencia en la vida escolar. Ashton y Webb (1986 en Short, 1992) sugieren que la autoestima de los maestros crece cuando ellos sienten que están haciendo algo valioso, que lo hacen de una manera competente y que son reconocidos por sus logros.

Relación del Empowerment Docente con el Factor Cultura Escolar

En contraste a todo lo citado anteriormente en relación a los factores característicos que fomentan al Empowerment Docente encontramos algunas investigaciones que sugieren que desafortunadamente en muchas ocasiones el ambiente escolar falla en generar un sentido de empowerment entre los docentes (Hallinger & Richardson, 1988 en Harpell et al., 2010). Entre los aspectos que contribuyen a este problema se incluyen: las rutinas excesivas y repetitivas, el aislamiento entre los colegas, presión en tiempos y la falta de personal. La Cultura Escolar que se compone de los procedimientos, valores y expectativas que guían el comportamiento de las personas dentro de la organización tiene efectivamente un impacto en el desarrollo e impulso de la potenciación docente tal y como se ha demostrado en diferentes investigaciones en donde se ha encontrado un vínculo muy fuerte entre un ambiente o clima escolar positivo y un elevado nivel de productividad de su cuerpo docente así como del desempeño de su alumnado. Los vínculos socioculturales impulsan la visión conjunta de la realidad y la coincidencia de sus miembros en acciones relativas a aspectos esenciales del discurrir institucional. El ambiente

sociocultural del centro educativo activa los pensamientos, sentimientos y conductas compartidos hasta producirse una afinidad propia de una genuina comunidad.

Método

Una vez detallada la sustentación teórica alrededor del Empowerment Docente se presenta el modelo grafico propuesto (Figura 2), el cual muestra los factores internos y externos del Empowerment Docente con menor presencia dentro de los planteles educativos.

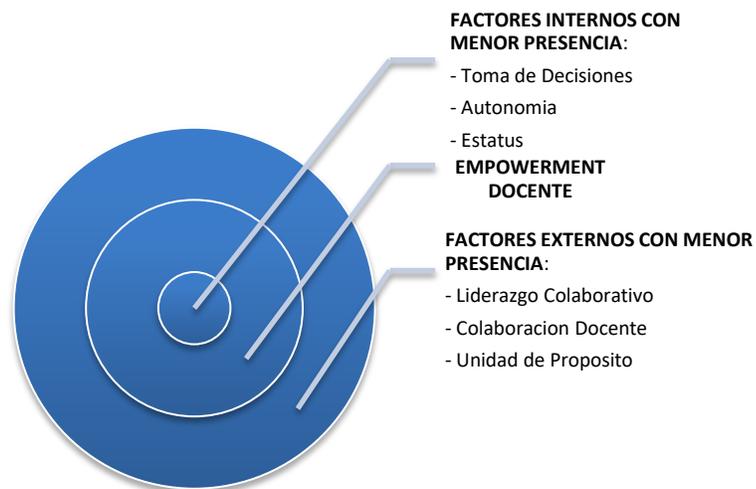


Figura 2. Modelo “Análisis de los Factores que influyen en el Empowerment Docente”. Elaboración Propia

Del anterior modelo gráfico se desglosan las siguientes hipótesis detalladas de estudio:

H1: Los factores internos del Empowerment Docente que presentan una menor difusión y presencia en los docentes, son la toma de decisiones, la autonomía y el estatus docente.

H2: Los factores externos del Empowerment Docente que presentan una menor difusión y presencia en los docentes, son el liderazgo colaborativo, la colaboración docente y la unidad de propósito.

H3: Existe una correlación positiva muy estrecha entre la Cultura Escolar y el Empowerment Docente.

La fase analítica de los respectivos fundamentos teóricos planteados como lo son el Empowerment Docente y los Factores Internos y Externos que influyen en él, aportó indicativos importantes en cuanto a la interpretación del fenómeno en estudio. Hecho que nos permitió encontrar los elementos para definirlo como una investigación de tipo cuantitativa por lo que la muestra utilizada para recoger información es representativa de la población objeto de estudio.

En la Operacionalización de las variables se utilizó la definición revisada en la literatura, para cada una de los factores en cuestión, en la medición del empowerment docente se utilizó como instrumento la encuesta o escala titulada “School Participant Empowerment Scale” (SPES por sus siglas en inglés) (Short & Rinehart, 1992). Este instrumento de 38 ítems mide el empowerment docente bajo seis dimensiones: (1) Toma de decisiones, (2) Crecimiento Profesional, (3) Estatus, (4) Auto-eficacia, (5) Autonomía e (6) Impacto. El instrumento usa una escala de puntuación de 5 puntos para cada uno de los 38 ítems (desde 1=Totalmente en desacuerdo hasta 5=Totalmente de Acuerdo). Para medir la Cultura Escolar se utilizó la encuesta titulada “School Culture Survey” (SCS por sus siglas en inglés). Esta encuesta fue diseñada por Steve Gruenert y su consejero doctoral Jerry Valentine de la Universidad de Missouri, Columbia en 1988. La encuesta fue desarrollada en base a la literatura relacionada con la cultura escolar, las culturas escolares efectivas y culturas escolares colaborativas.

La versión final de la SCS contiene seis factores con 35 preguntas. Las opciones para las 35 preguntas son desde 1=Totalmente en desacuerdo hasta 5=Totalmente de Acuerdo.

En esta etapa de la investigación, además de la Operacionalización, se desarrolló el proceso de validación, en el que se hizo la traducción de los ítems de su idioma nativo inglés al español, esta

traducción fue validada por expertos de Centros de Idiomas. Posteriormente, se continuó con el proceso de validez de contenido con expertos en las variables investigadas. Después, mediante un proceso de Face validity, con expertos relacionados con el nivel educativo, se adaptaron los ítems del cuestionario en lenguaje y estructura a la población de estudio. Para finalizar el proceso de validación, se aplicó una prueba piloto en una población muy relacionada a la estudiada.

Resultados

En términos de los resultados obtenidos de la investigación a través de los datos recolectados de los instrumentos de medición aplicados a la población de estudio se procede dentro de este apartado a la fase analítica. En la tabla 3 se muestran los datos arrojados del total de encuestas aplicadas en base a las percepciones obtenidas en relación a los factores internos o dimensiones del Empowerment Docente. En las columnas (de la 2 a la 23) se incluyen los promedios globales de cada factor para cada uno de los participantes (las cuáles se identifican con E1, E2, E3, etc.). En la fila titulada “Total Promedio” se muestran los promedios obtenidos del constructo Empowerment Docente en cada plantel. En la columna total promedio, se observa el promedio acumulado de cada uno de los factores.

En la Tabla 4, se muestra los datos recolectados del instrumento que mide el factor externo Cultura Escolar el cual tiene un impacto en el nivel de Empowerment Docente presente en los docentes que componen la muestra.

TABLA DE PROMEDIOS POR DOCENTE DE LOS FACTORES INTERNOS DEL EMPOWERMENT DOCENTE																								
FACTORES	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22	TOT	
																							PROM	
Auto eficacia	4.6	4.4	4.5	4.1	4.5	4.3	4.3	4.4	4.4	4.8	4.8	4.2	4.7	4.8	4.6	4.7	4.6	4.6	4.6	4.4	4.5	4.6	4.6	4.5
Autonomía	3.9	4.3	4.3	3.6	4.1	4.4	4.0	4.5	3.6	4.7	4.8	4.3	4.3	3.9	4.3	4.5	4.8	4.0	4.3	4.3	3.9	4.6	4.2	4.2
Crecimiento profesional	4.8	4.1	4.7	4.0	4.4	4.3	4.4	4.5	3.4	4.6	4.6	3.8	4.6	4.8	4.3	4.5	4.9	4.3	4.4	4.5	4.3	4.7	4.4	4.4
Estatus	4.7	4.2	4.4	4.1	4.4	4.3	4.2	4.5	3.8	4.5	4.7	4.2	4.3	4.6	4.3	4.7	4.7	4.1	4.6	4.4	4.0	4.8	4.4	4.4
Impacto	4.6	4.4	4.5	3.8	4.4	4.3	4.1	4.5	4.0	4.6	4.5	4.2	4.3	4.5	4.3	4.4	4.5	4.5	4.5	4.1	4.2	4.6	4.4	4.4
Toma de decisiones	3.6	3.8	3.8	3.3	3.6	3.9	4.3	4.0	3.6	4.6	3.9	4.0	3.4	3.5	4.0	3.8	3.7	3.5	4.2	3.9	3.6	4.2	3.8	3.8
TOTAL PROMEDIO	4.3	4.2	4.3	3.8	4.2	4.2	4.2	4.3	3.8	4.6	4.5	4.1	4.2	4.3	4.3	4.4	4.4	4.1	4.4	4.2	4.0	4.5	4.2	4.2

Tabla 3: Promedios de los Factores Internos o Dimensiones del Empowerment Docente Fuente: Elaboración Propia.

TABLA DE PROMEDIOS POR DOCENTE DEL FACTOR EXTERNO “CULTURA ESCOLAR”

FACTOR	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22	TOT
																							PROM

ISSN: 2448-5101 Año 1 Número 1
Julio 2014 - Junio 2015

Apoyo colectivo	4.5	3.6	4.3	3.5	4.3	3.8	4.3	4.5	2.6	3.9	4.4	3.3	4.0	4.1	4.7	4.2	4.8	3.7	4.2	4.4	4.0	4.8	4.1
Colaboración docente	3.8	3.2	4.1	3.2	3.7	3.4	3.9	4.1	2.8	3.9	4.2	3.5	3.9	4.0	4.2	4.0	4.1	3.2	3.9	3.7	3.4	4.1	3.7
Desarrollo profesional	4.4	3.7	4.3	4.1	4.3	3.9	4.0	4.0	3.2	4.1	4.5	3.9	4.4	4.3	4.2	4.2	4.4	4.1	4.3	4.1	4.0	4.3	4.1
Liderazgo colaborativo	4.1	3.0	4.2	3.7	3.7	3.8	3.9	4.3	2.8	3.6	4.0	3.3	3.7	4.0	4.1	4.2	4.4	3.1	4.0	4.1	3.4	4.2	3.8
Sociedad de aprendizaje	4.5	4.0	4.1	4.5	4.3	3.7	4.0	3.4	3.5	4.1	4.4	4.0	4.5	4.3	4.3	4.1	4.6	4.2	4.3	4.0	3.7	4.4	4.1
Unidad de propósito	4.5	3.7	4.2	4.1	4.2	3.8	4.2	4.3	3.5	4.0	4.6	3.6	4.0	3.9	4.3	4.3	4.7	4.0	4.0	4.4	3.8	4.7	4.1
TOTAL																							
PROMEDIO	4.2	3.4	4.2	3.8	4.0	3.7	4.0	4.2	3.0	3.9	4.3	3.6	4.0	4.1	4.2	4.2	4.5	3.6	4.1	4.1	3.6	4.3	4.0

Tabla 4: Promedios por Docente del Factor Externo Cultura Escolar. Fuente: Elaboración Propia

Comprobación de Hipótesis

En esta sección se efectuaran las comprobaciones de las hipótesis anteriormente planteadas, como apoyo a este proceso de comprobación de hipótesis, en la tabla 5 se muestra una comparación enfocada en los factores internos y externos del Empowerment Docente, tomando los valores promedio obtenidos de dichos factores.

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPOWERMENT DOCENTE

FACTORES INTERNOS	Nivel Promedio Obtenido	FACTORES EXTERNOS	Nivel Promedio Obtenido
Auto Eficacia	4.5	Apoyo Colectivo	4.1
Crecimiento Profesional	4.4	Desarrollo Profesional	4.1
Impacto	4.4	Sociedad de Aprendizaje	4.1
Estatus	4.4	Unidad de Propósito	4.1
Autonomía	4.2	Liderazgo Colaborativo	3.8
Toma de Decisiones	3.8	Colaboración Docente	3.7

Tabla 5. Esquema Comparativo de los Promedios Globales Obtenidos de cada uno de los Factores Internos y Externos del Empowerment Docente. Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 5, se puede corroborar que los factores internos con un promedio menor obtenido son el Estatus Docente, la Autonomía y la Toma de Decisiones ya que en base a las percepciones de los docentes participantes en este estudio estos tres factores se manifiestan de una forma un tanto limitada. En cuanto a los factores externos que influyen en el Empowerment Docente, se encontró que elementos como la Colaboración Docente y el Liderazgo Colaborativo fueron los que alcanzaron los niveles más bajos en comparación con el resto de los elementos del factor externo Cultura Escolar. Como excepción tenemos al factor Unidad de Propósito ya que este aspecto estuvo entre los niveles más altos en promedio general según las percepciones docentes.

Para comprobar la tercera hipótesis planteada se utilizó el procedimiento estadístico de correlación de Pearson para lo cual se sustituyeron los valores obtenidos de las encuestas en la siguiente ecuación:

$$r = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \sum (y_i - \bar{y})^2}}$$

Cuya interpretación es la siguiente:

El valor del índice de correlación varía en el intervalo [-1,1]:

- Si $r = 1$, existe una correlación positiva perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables denominada relación directa: cuando una de ellas aumenta, la otra también lo hace en proporción constante.
- Si $0 < r < 1$, existe una correlación positiva.
- Si $r = 0$, no existe relación lineal. Pero esto no necesariamente implica que las variables son independientes: pueden existir todavía relaciones no lineales entre las dos variables.
- Si $-1 < r < 0$, existe una correlación negativa.
- Si $r = -1$, existe una correlación negativa perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables llamada relación inversa: cuando una de ellas aumenta, la otra disminuye en proporción constante.

Al sustituir los valores en la fórmula antes descrita se determinó el siguiente resultado:

Resultado Obtenido de la Fórmula	Correlación de Pearson	
	$r = 1$	Correlación Positiva Perfecta
$r = 0.70465$	$0 < r < 1$	Correlación Positiva
	$r = 0$	No existe correlación Lineal
	$-1 < r < 0$	Correlación Negativa
	$r = -1$	Correlación Negativa Perfecta

Tabla 6. Correlación entre el Empowerment Docente y el Factor Externo Cultura Escolar. Fuente: Elaboración Propia.

Por medio de esta verificación matemática se pudo dar validez a la hipótesis inferida, la cual refiere que existe una correlación positiva muy estrecha entre la Cultura Escolar y el Empowerment Docente (Tabla 6). La interpretación teórica de este resultado obtenido es que al existir una relación positiva entre los dos constructos analizados sus valores tienen un efecto en conjunto por lo que a medida de que aumentan los valores de uno por consecuencia aumentan los valores del segundo y a medida que disminuyen los valores de uno por consiguiente disminuyen los valores del segundo.

Conclusiones

Una vez efectuado el análisis cuantificable, comparaciones y comprobaciones numéricas de los resultados recabados en este estudio damos lugar a resaltar algunas deducciones e inferencias relevantes de estos mismos datos.

Al obtener un promedio global del Empowerment Docente presente en cada uno de los docentes participantes fue posible además de conocer las percepciones de los docentes, el identificar los niveles alcanzados de cada uno de los factores internos y externos del Empowerment Docente así como apreciar que factores tienen menor presencia, aún y cuando la mayoría de los especialistas en el tema destacan la importancia de los factores internos “Toma de Decisiones” y “Autonomía” nos encontramos con el hecho de que estos dos elementos tienen una presencia un tanto limitada en comparación con el resto de los elementos del Empowerment Docente, por lo que a pesar de que tienen un impacto significativo en el fortalecimiento de la potenciación docente son dos áreas que aun no han podido desarrollar o exponer al máximo los mismos docentes.

Los docentes encuestados sienten y perciben cierto impedimento o restricción al ejercer funciones relacionadas con el control de horarios, currículo escolar, libros de texto a utilizar, la experimentación, así como la participación y responsabilidad en la toma de decisiones hacia

procesos académico-administrativos de la institución. Por otro lado se obtuvo un mejor resultado promedio al analizar el factor interno Estatus ya que según las percepciones docentes ellos sienten más apoyo y respeto por sus conocimientos y experiencia en relación a los dos factores internos antes analizados.

Ahora bien al efectuar el análisis matemático correspondiente a uno de los Factores Externos que influye en el Empowerment Docente se pudo identificar una muy estrecha correlación entre ambos constructos. Con la comprobación llevada a cabo se pudo constatar el impacto del factor externo Cultura Escolar por lo que quedo validada la sustentación teórica que hizo referencia al vínculo entre un ambiente o clima escolar positivo y un elevado nivel de productividad de su cuerpo docente así como del desempeño de su alumnado.

Con esto podemos deducir que los elementos de la cultura escolar tales como la colaboración docente, el desarrollo profesional, el liderazgo colaborativo y la unidad de propósito entre otros, tienden a influir en gran medida en la consolidación del Empowerment Docente.

Para futuras líneas de investigación, se proponen los siguientes análisis:

Evaluar y analizar otros factores externos que estén también vinculados con el fortalecimiento del Empowerment Docente, como los comportamientos de ciudadanía organizacional.

Diseñar y aplicar nuevos instrumentos de medición del Empowerment Docente que se enfoquen en los aspectos y características particulares a la docencia y al sistema educativo en nuestro país debido a que los instrumentos utilizados para el presente estudio fueron diseñados a partir de las necesidades y características del sistema educativo en Estados Unidos.

Referencias Bibliográficas

Blanchard K., Carlos J. P. y Randolph A.R. (1996). *Empowerment takes more than a minute*. Berret-Koehler Publishers, Inc.

Blanchard H. K., Carlos P. J.y Randolph A. W. (1999). *Three Keys to Empowerment*.

Berrett-Koehler Publishers, Inc.

Blasé J. (2001) *Empowering Teachers: What successful principals do?* Corwin Press, Inc. Sage Publications Ltd.

Ginnodo (1997). *The Power of Empowerment*. Pride Publications, Inc.

Gruenert, S., Valentine, J. (1998). *School Culture Survey*. Middle Level Leadership Center: <http://www.mllc.org>

Harpell J. V., Andrews J.W. (2010). *Administrative Leadership in the Age of Inclusion: Promoting Best Practices and Teacher Empowerment*. The Journal of Educational Thought; Autumn 2010; 44, 2; Academic Research Library

Lamperes B. (2004). *10 Strategies for Staff Empowerment*. Academic Research Library

Manes J. M. (2005) *Gestión Estratégica para Instituciones Educativas*. Ediciones Granica S.A.

Scott C. D., Jaffe D. T. (1991). *Empowerment: a practice guide for success*. Course Technology CrispLearning.com

Short P. (1992). *Dimensions of Teacher Empowerment Document Resume*. Disponible de la base de datos Proquest Tesis y Abstractos.

Short P., Rinehart J. (1992). *School Participant Empowerment Scale*. Middle Level Leadership Center: <http://www.mllc.org>

Short P., Rinehart J. (1992). *Teacher Empowerment and School Climate Document Resume*. Disponible de la base de datos Proquest Tesis y Abstractos.

Stone S. (1995). *Empowering teachers, empowering children*. Academic Research Library

Valentine J. (2006). "Collaborative Culture for School Improvement: Significance, Definition, and Measurement". Research Summary Middle Level Leadership Center



ESTATUS COGNITIVO-AFECTIVO DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER SEMESTRE, COMO SUSTENTO PSICOPEDAGÓGICO, QUE VALIDE LA PROPUESTA DE ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN TUTORIAL (PAT)

Martínez Alvarez Norma

Bahía del Geógrafo 3420, Col. Rincón de la Primavera, CP 64834, Monterrey, N.L., México
normantz1@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Facultad de Contaduría Pública y Administración
Universidad Autónoma de Nuevo León

Martínez López Leticia

Guadalupe Victoria 2180, Col. 10 de Marzo, CP 64488, Monterrey, N.L., México
leticiaml7@hotmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Facultad de Contaduría Pública y Administración
Universidad Autónoma de Nuevo León

Fecha de envío: 26/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 27/Mayo/2015

Resumen

El objetivo de este estudio consiste en investigar las diferencias en la valoración de estrategias de aprendizaje y motivación, por parte de los estudiantes del primer semestre de la carrera de Licenciados en Administración de la Facultad de Contaduría Pública y Administración (FACPYA) de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), para establecer su estatus cognitivo-afectivo e identificar las áreas vulnerables, como sustento psicopedagógico, que valide la propuesta de actualización del Plan de Acción Tutorial (PAT). Para ello hemos realizado un estudio de tipo descriptivo, utilizado un total de 416 estudiantes a quienes se les administró el Cuestionario de Evaluación de Estrategias de Aprendizaje de los Estudiantes Universitarios (CEVEAPEU). (Gargallo, Suarez- Rodríguez y Pérez, 2009). Los resultados indican que las Estrategias de Aprendizaje y Motivación son altamente valoradas, destacando como fortalezas las Estrategias Afectivas de apoyo y control y como debilidades las Estrategias relacionadas con el procesamiento de la información.

Palabras clave: Estrategias de Aprendizaje, Motivación, Estudiantes Universitarios.

Abstract

The objective of this study is to investigate the differences on the use of learning strategies and motivation by students in the first half of Administration career at Accounting and Administration of the Autonomous University of Nuevo León to establish their cognitive-emotional status and identify vulnerable areas, such as psychoeducational support, to validate the proposed update of the Plan of Action Tutorial (PAT). So we've done a descriptive study using a total of 416 students applying them the Evaluation of Learning Strategies Questionnaire for College Students CEVEAPEU (Gargallo, Suarez- Rodríguez y Pérez 2009). The results indicate that the Learning and Motivation Strategies are highly rated, highlighting as strengths the Affective support and control strategies and as weaknesses the Strategies related to information processing.

Keywords: Learning Strategies, Motivation, College Students.

1. Introducción

Este mundo globalizado, cambiante y dinámico ha impactado fuertemente a los estudiantes universitarios en sus formas de aprender, lo cual hace necesario revisar, modificar o actualizar las estrategias para llevar a cabo el proceso Enseñanza – Aprendizaje, así como conocer las motivaciones que les impulsan a avanzar con éxito en su trayectoria académica.

En este contexto, el objetivo del presente estudio es investigar las diferencias en la valoración de estrategias de aprendizaje y motivación, por parte de los estudiantes del primer semestre de la carrera de Licenciados en Administración de la FACPYA de la UANL, para establecer su estatus cognitivo-afectivo e identificar las áreas vulnerables, como sustento psicopedagógico, que valide la propuesta de actualización del PAT.

Se plantea que las exigencias de la preparación académica en el grado de licenciatura ha representado siempre un gran reto para el estudiante de primer semestre y en la actualidad, aunado a esto, los cambios estructurales del Modelo Educativo por Competencias (MEC), ha hecho evidente un desempeño aminorado y un incremento considerable de estudiantes con

materias no aprobadas que ha traído consigo una demanda sin precedentes, de grupos para estudiantes con materias en tercera y quinta oportunidad.

La hipótesis sostiene que las estrategias motivacionales y de aprendizaje son factores que permiten conocer el estatus cognitivo-afectivo de los estudiantes y con ello se puede identificar las fortalezas y debilidades que limitan o estimulan su proceso de aprendizaje.

2. Marco Teórico

Según Pintrich y Schrauben (1992) el aprendizaje es influenciado por múltiples factores, pero son los cognitivos y motivacionales los que tienen mayor impacto en el compromiso del estudiante con su aprendizaje y rendimiento académico.

De acuerdo con Pintrich, Smith, García y Mckeachie (1991) la motivación es un constructo multidimensional formado por la motivación intrínseca o extrínseca, la valoración de las tareas, los sentimientos de autoeficacia, las creencias de control y la ansiedad.

Asimismo, diversos autores han considerado a la motivación un elemento esencial para entender el aprendizaje y el rendimiento académico logrados por los estudiantes (Pintrich, 1994; Alonso, 1995; González Fernández, 2005; Anaya-Durand y Anaya-Huertas, 2010).

La motivación ha sido señalada como el motor para el éxito o el fracaso de los procesos de aprendizaje aunque su origen sigue siendo un tema de discusión permanente González (2005).

Se considera muy acertado el hecho de ver a la motivación como parte del motor del ser humano, como una fuerza que te impulsa, te mueve, te estimula y te lleva a realizar lo que haces y supone que dichas acciones te llevarán a cumplir las metas que te has propuesto.

Rinaudo, de la Barrera y Donolo (2006) señalaban que los estudiantes motivados lograrán rendimientos académicos más satisfactorios, lo que redundará en desempeños profesionales de calidad y en construcción de saberes de excelencia. Sin embargo, la motivación no consiste únicamente en aplicar técnicas o métodos de enseñanza, sino que llega más allá, la motivación académica conlleva una compleja interrelación de componentes cognitivos, afectivos y sociales.

En relación al origen de la motivación gran parte de la bibliografía hace la distinción entre motivación intrínseca y motivación extrínseca (Stipek 1998, Rinaudo, Chiecher y Donolo 2003, Anaya Durand y Anaya Huerta , 2010).

El mundo material conlleva a querer poseer lo que la mercadotecnia ofrece y por ende es una motivación extrínseca que los estudiantes tienen y los mueve fuertemente a buscar mejores alternativas laborales que les brinden esa capacidad de adquisición. Pero la que más satisfacciones deja es la fuerza interna o motivación intrínseca que les conduce a ser mejores cada día como seres humanos.

Según Pintrich, et al. (1991) la motivación es un constructo multidimensional formado por la motivación intrínseca o extrínseca, la valoración de las tareas, los sentimientos de autoeficacia, las creencias de control y la ansiedad. La motivación intrínseca se evidencia a través de las acciones que el estudiante realiza por el interés que genera la propia actividad, considerándola un fin en sí misma y no un medio para otras metas. Por otro lado la motivación extrínseca son las acciones realizadas para satisfacer otros motivos no relacionados con la actividad misma como: calificaciones, reconocimiento, evitar el fracaso o ganar algo. Lamas (2008). En el ámbito académico, la motivación intrínseca es preferible, pues parte de despertar el interés del estudiante por la actividad o materia en sí misma y no como un medio para algo

más. Lamas (2008). De acuerdo con esto, la referencia general dice que pesa mucho el querer, ya que es la fuerza interna que te lleva a realizar objetivos, metas y hasta los más ambiciosos sueños.

En opinión de Rinaudo y col. (2003) es más probable que estudiantes con motivación intrínseca seleccionen y realicen actividades por el interés que éstas les generen, se predispongan a comprometerse en procesamientos más ricos, así como en el manejo de estrategias de aprendizaje más profundas y efectivas.

Por otro lado, las estrategias de aprendizaje son un constructo multidimensional, polisémico y confuso de la que se han dado múltiples definiciones (Ayala, Martínez y Yuste, 2004; Beltrán, 1993 y 2003; Bernad,1999; Danserau, 1985; Kirby, 1984; Monereo,1997; Monerero y Castelló, 1997; Nisbety Shucksmith, 1987; Pozo, 1990; Weinsteiny Danserau, 1985).

Se pueden definir como el conjunto organizado, consciente e intencional de lo que hace el aprendiz para lograr con eficacia un objetivo de aprendizaje. Gargallo, et al. (2009).

Según Beltrán (2003), la importancia de las estrategias de aprendizaje es que abarcan las dimensiones fundamentales de la mente humana relacionadas con el aprendizaje: voluntad, poder y decidir, y las estrategias afectivas, disposicionales y de apoyo fundamentales en el aprendizaje que integran la parte motivacional y afectiva “querer –voluntad” es fundamental para “ decidir-autonomía” y para “ poder- capacidad”. Pintrich et al (1991)

Se considera que con el nuevo MEC se requiere una mayor atención a la actividad áulica y al proceso de aprendizaje, y así , aportar herramientas para que el estudiante desarrolle sus potencialidades en la búsqueda de una educación integral.

Se han realizado abundantes estudios empíricos sobre las relaciones entre motivación y estrategias de aprendizaje y rendimiento académico. (Bouffard-Bouchard, Parent y Larivée, 1991; Pokay y Blumenfeld, 1990; Pintrich, DeGroot y García, 1992). Estas investigaciones dejan claro que el uso que los estudiantes hacen de sus estrategias de aprendizaje está íntimamente relacionado con sus características motivacionales (González y Tourón, 1992).

Algunos sugieren que la motivación y el uso de estrategias no influyen sólo de forma aislada en el rendimiento académico, sino que la interacción entre ambas tiene también un importante papel. Pintrich y DeGroot(1992)

Una de las investigaciones más importantes que confirman esta relación entre motivación, estrategias de aprendizaje y rendimiento académico es la llevada a cabo por Pintrich et al., (1991), haciendo uso de *MSLQ (Motivation Strategies for Learning Questionnaire)*, donde asumen que la motivación y estrategias de aprendizaje no son algo estático sino que se pueden cambiar y aprender.

Tomando en cuenta lo que dice Pintrich se pudiera agregar algo más en donde menciona que se pueden cambiar las estrategias de aprendizaje , más bien diría que deben cambiar y estar en mejora continua para hacer frente a los retos actuales de este mundo competitivo.

Brophy (2004) señala que el perfil motivacional del estudiante puede ser modificado como consecuencia de su participación en contextos de aprendizaje apropiados.

De acuerdo a Gargallo (2009) la investigación sobre estrategias de aprendizaje en el ámbito universitario, precisa de buenos instrumentos tanto para la implementación de diseños descriptivos como para la validación de programas de enseñanza de estrategias.

3. Método

Se trata de un estudio descriptivo donde se pretende analizar la valoración de Estrategias Motivacionales (Variable Independiente 1), Estrategias de Aprendizaje (Variable Independiente 2) en los Estudiantes de primer semestre de la FACPYA de la UANL, (Variable Dependiente), con el objetivo de identificar el estatus cognitivo-afectivo de los estudiantes, para detectar áreas vulnerables, que permitan el soporte psicopedagógico para la formulación de una propuesta de adecuación al PAT.

El instrumento para recolectar la información es el CEVEAPEU, Gargallo et al. (2009). Consta de 88 items, dispuestos en una escala tipo likert con cinco opciones de respuesta:

Muy en desacuerdo, en desacuerdo, indeciso, de acuerdo y muy de acuerdo.

El cuestionario está estructurado en dos escalas, seis sub escalas y veinticinco estrategias que se muestran en la Tabla 1, la cual incluye también la fiabilidad del instrumento en cada estrato, siendo la fiabilidad total $\alpha = .897$.

Tabla 1: Escala, subescalas y estrategias del Cuestionario y Datos de fiabilidad

ESCALAS	SUBESCALAS	ESTRATEGIAS
Estrategias Afectivas de apoyo y control (o automanejo) ($\alpha = .819$) (53 ítems)	Estrategias motivacionales ($\alpha = .692$) (20 ítems)	Motivación intrínseca ($\alpha = .500$) Motivación extrínseca ($\alpha = .540$) Valor de la tarea ($\alpha = .692$) Atribuciones internas ($\alpha = .537$) Atribuciones externas ($\alpha = .539$) Autoeficacia y expectativas ($\alpha = .743$) Concepción de la inteligencia como modificable ($\alpha = .595$)
	Componentes afectivos ($\alpha = .707$) (8 ítems)	s Estado físico y anímico ($\alpha = .735$) Ansiedad ($\alpha = .714$)
	Estrategias metacognitivas ($\alpha = .738$) (15 ítems)	Conocimiento de objetivos y criterios de evaluación ($\alpha = .606$) Planificación ($\alpha = .738$) Autoevaluación ($\alpha = .521$) Control, autorregulación ($\alpha = .660$)
	Estrategias de control del contexto, interacción social y manejo de recursos ($\alpha = .703$) (10 ítems)	Control del contexto ($\alpha = .751$) Habilidades de interacción social y aprendizaje con compañeros ($\alpha = .712$)

Estrategias relacionadas con el procesamiento de la información ($\alpha=.864$) (35 ítems)	Estrategias de búsqueda y selección e información ($\alpha=.705$) (8 ítems) Selección <hr/> Estrategias de procesamiento y uso de la información ($\alpha=.821$) (27 ítems)	Conocimiento de fuentes y búsqueda de información ($\alpha=.685$) Selección de información ($\alpha=.630$) <hr/> Adquisición de información ($\alpha=.677$) Elaboración ($\alpha=.739$) Organización ($\alpha=.810$) Personalización y creatividad, pensamiento crítico ($\alpha=.771$) Almacenamiento. Memorización. Uso de recursos mnemotécnicos ($\alpha=.765$) Almacenamiento. Simple repetición ($\alpha=.691$) Transferencia. Uso de la información ($\alpha=.656$) Manejo de recursos para usar la información adquirida ($\alpha=.598$)
--	--	---

Fuente : Gargallo, Bernardo, Suárez-Rodríguez, Jesús M. y Pérez-Perez, Cruz (2009). El cuestionario *CEVEAPEU*. Un instrumento para la evaluación de las estrategias de aprendizaje de los estudiantes universitarios. *RELIEVE*, v. 15, n. 2, p. 1-31.

Los sujetos de estudio para llevar a cabo la investigación son estudiantes de primer semestre de la carrera de Licenciados en Administración, de la FACPYA de la UANL, teniendo una población de 563 estudiantes, de ambos sexos en el período Enero – Junio de 2015.

La muestra quedó constituida por 368 estudiantes con las características señaladas, mediante un muestreo no probabilístico, aleatorio simple, índice de confianza de 95% , error máximo permitido 5% y varianza de 0.05 .

Sin embargo, dado el interés y la oportunidad de acceso a los estudiantes se aplicó el instrumento a una muestra ligeramente mayor, obteniendo información de 416 estudiantes, con los cuales se realizó la investigación.

La recolección de los datos fue realizada en las instalaciones de la FACPYA de la UANL, visitando las aulas identificadas previamente como las asignadas al primer semestre de la carrera de Licenciados en Administración, ciclo Enero – Junio de 2015, durante los cuatro turnos académicos.

La aplicación se realizó solicitando en todos los casos la participación voluntaria de los estudiantes, explicando el objetivo del estudio y señalando la importancia de responder a todas las cuestiones planteadas sin excepción y con toda sinceridad.

Los participantes contestaron en forma individual en un tiempo que osciló entre los 15 y 20 minutos. El tratamiento de los datos y las pruebas estadísticas se elaboraron mediante hoja de cálculo excel (versión 7) para windows 2007.

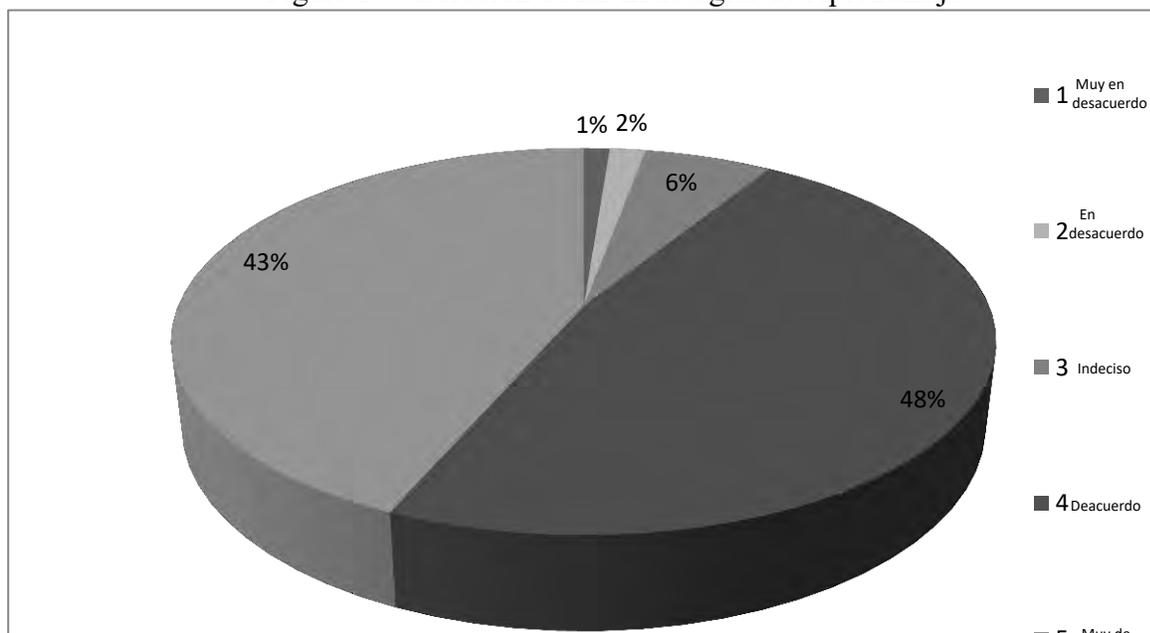
4. Resultados

El objetivo de este estudio es analizar la valoración de las estrategias motivacionales y de aprendizaje por los estudiantes, para obtener un estatus cognitivo-afectivo que nos permita identificar áreas vulnerables para la formulación de una propuesta de adecuación del PAT.

El análisis cuantitativo consistió en hacer las mediciones de acuerdo a los criterios del Instrumento en: escalas, subescalas y estrategias.

Los resultados muestran que todas las estrategias de motivación y estrategias de aprendizaje son altamente valorada por los estudiantes, representando un 91% quienes otorgaron un valor, muy de acuerdo, y de acuerdo, puntuaciones de 4 y 5 en la escala y sólo un 9% , se pronunció muy en desacuerdo, en desacuerdo e indeciso, puntuaciones 1,2,3 en la misma escala, como se muestra en la Figura 1

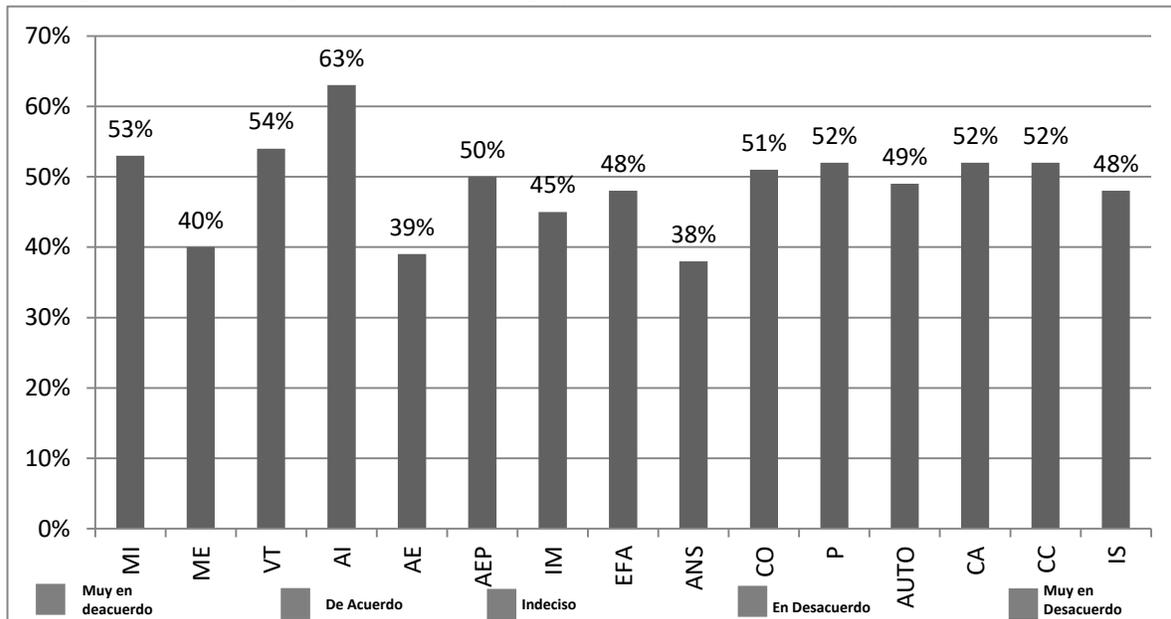
Figura 1: Valoración de las Estrategias de Aprendizaje.



Fuente propia

En la escala estrategias afectivas de apoyo y control (o automanejo), presentamos los resultados por subescalas iniciando con: estrategias motivacionales cuyos resultados ofrecen las estrategias más valoradas y los podemos observar en la Figura 2

Figura 2.- “Estrategias afectivas, de apoyo y control (o automanejo)”



Interpretación de las siglas. M.I.: Motivación intrínseca; M.E.: Motivación extrínseca; V.T.: Valor de la tarea; A.I.: Atribuciones internas; A.E.: Atribuciones externas; A.E.P. Autoeficacia y expectativas; I.M. Concepción de la inteligencia como modificable; E.F.A.: Estado físico y anímico; ANS: Ansiedad; C.O. Conocimiento de objetivos y criterios de evaluación; P: planificación; Auto: Autoevaluación; C.A.: Control/ Autorregulación; C.C.: Control del Contexto; I.S.: habilidades de interacción social y trabajo con compañeros.

- El 63 % de los estudiantes considera relevante para su vida académica las atribuciones internas (AI-264) que posee y tendrá que esforzarse para lograr sus metas, y está consciente que enfrentará al egresar, un mundo laboral competitivo que exige mayor preparación a los profesionistas, por otro lado el 54% tiene muy en claro el valor de la

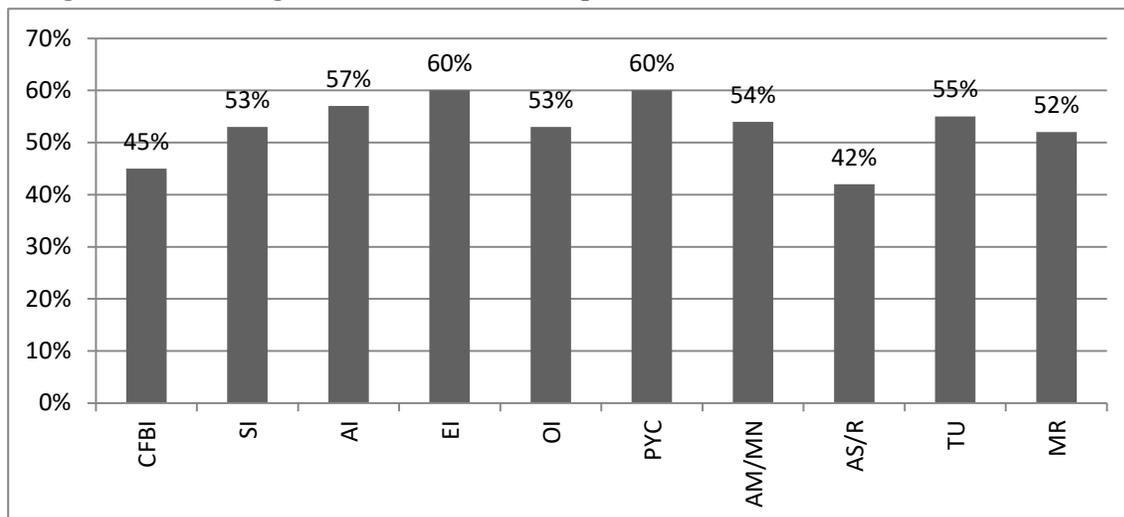
tarea y que lo aprendido lo podrá utilizar en el desarrollo profesional cuando forme parte del ámbito laboral en su rama (VT-228).

- El 53% está muy consciente del aquí y el ahora en sus motivaciones intrínsecas, ya que demuestra un alto interés por aprender y adquirir las competencias que le sean necesarias para desempeñar un buen papel en un mundo impregnado de retos y altas expectativas que demandan las empresas en los futuros profesionistas (MI-222).
- El 52% muestra capacidad de control y autorregulación para adaptarse a los diferentes estilos áulicos que cada catedráticos maneja en el proceso enseñanza aprendizaje (CA-219).
- Reconoce un 52% que la planificación forma parte del día a día y toma en cuenta la relevancia que tiene para cumplir con sus compromisos académicos en el logro de sus objetivos (P-218).
- Otro 52% busca tener un control del contexto entre las alternativas que se le presentan para elegir el ámbito de estudio acorde a sus estilos de aprendizaje. (CC-218)
- Mientras que un 51% opta por estar al tanto de los objetivos de las asignaturas para conocer las responsabilidades de las unidades de aprendizaje, teniendo presente que ello le facilitará acreditar satisfactoriamente las materias que cursa (CO-211).
- Un 50% se siente capaz de realizar sus actividades, la motivación interna que posee le brinda un estado anímico que lo lleva a ser autoeficaz en su desempeño y en el cumplimiento de sus expectativas (AEP-210).
- Considera necesario un 49% autoevaluarse, como un compromiso consigo mismo para conocer sus fortalezas y debilidades para responder exitosamente a sus desafíos académicos

(AUTO-206).

- El 48% percibe relevante su habilidad de interacción social y su trabajo con compañeros y el trabajo en equipo lo estimula a continuar adelante ante los retos escolares así como a no declinar en sus metas (IS-202).
- Así mismo el 48% tiene conciencia de la importancia de su estado físico y anímico como base de su desempeño así como de contar con una actitud positiva que le permita la realización de las actividades curriculares. (EFA-200).
- Se cuenta con un 45% que conceptualiza la inteligencia como algo modificable por lo que sus expectativas en relación a esto, es lograr los aprendizajes e incrementar su coeficiente intelectual a través del ejercicio del estudio (IM-187).
- Su motivación extrínseca indica que un 40% no está de acuerdo en requerir de personas que lo motiven, ya que su motivación principal es interna generando sus propios estímulos para el cumplimiento de sus compromisos escolares. (ME-168).
- Un 39% reconoce que el logro de sus objetivos solo dependen de él y de su dedicación y esfuerzo y no tiene relación con la suerte o al azar. (AE-164).
- Registra un 38% niveles de ansiedad y nerviosismo especialmente en el momento de contestar exámenes porque sabe que podría tener consecuencias negativas (ANS-158).

Figura 3.- “Estrategias relacionadas con el proceso de la información”





Interpretación de las siglas: C.F.B.I: Conocimiento de fuentes y búsqueda de información; S.I: Selección de Información; A.I: Adquisición de información; E.I. Elaboración de la Información; O.I. organización de la Información; P.y C.: Personalización y creatividad. Pensamiento crítico; A.M./MN: Almacenamiento. Memorización; A.S.R.: almacenamiento, Simple repetición; T.U. Transferencia. Uso de la información: M.R. manejo de recursos para utilizar eficazmente la información.

- El 60 % encuentra como debilidad el análisis crítico de teorías e interpretaciones de documentos (PYC-249) así como la toma de apuntes en clase. (EI-249)
- Para lograr la comprensión de documentos el 55% establece una relación entre lo que lee y lo que experimenta, para su aplicación en la solución de situaciones académicas (TU-231).
- Una estrategia que utiliza el 54% para memorizar la información es relacionar los contenidos con palabras claves. (AM/MN- 224).
- Se encuentra un 53% en un nivel básico de estrategia del proceso de la información ya que no hace uso de herramientas pedagógicas como elaboración de mapas conceptuales, mentales, etc. (OI-220). Ya que solo separa información elemental (SI-223).
- Un 52% practica primero pensar , para luego decir o escribir (MR-218).
- En el conocimiento de fuentes de información el 45% tiene lo básico al no manejar el acervo cultural a su alcance. (CFBI - 188)
- Para lograr la retención (momentánea) de la información un 42% repite oralmente hasta memorizarlo pero con resultados a corto plazo (AS-R- 175).

5. Conclusiones

Con base a los resultados podemos ver las áreas de oportunidad que se tiene para trabajar con los estudiantes y coadyuvar a mejorar su nivel académico.

Sus principales fortalezas están ubicadas en las áreas motivacionales, como joven de primer ingreso trae toda la buena actitud de mejorar y llegar a ser un profesionista competitivo.

Se Encuentra por otro lado sus debilidades las cuales están en el área de estrategias del procesamiento de la información y es aquí donde se ven más afectados sus resultados académicos.

Por lo tanto, podemos corroborar la aceptación de la hipótesis de investigación ya que el estudio nos aportó un estatus cogno-afectivo de los estudiantes participantes, cumpliendo con el objetivo de conocer áreas vulnerables para la definición de la propuesta de actualización del PAT.

5.1 Propuestas

- Dar al trabajo del tutor una orientación centrada en el aprendizaje.
- Reconocer al estudiante como actor principal del proceso enseñanza-aprendizaje proporcionándole herramientas que coadyuven a cumplir sus metas.
- Establecer tiempos definidos para la labor tutorial donde se aborde temas en las áreas motivaciones y de estrategias del procesamiento de la información brindando el apoyo al estudiante como labor formativa y continua en su trayectoria académica para que el acompañamiento sea más productivo.
- Realizar las adecuaciones al PAT acordes al nuevo proceso educativo basado en competencias que establece la UANL y a las exigencias del alto nivel de población estudiantil a los cuales les brinda un servicio la FACPYA.
- Ya realizadas y aprobadas las adecuaciones iniciar con el establecimiento del PAT con los estudiantes del primer semestre, teniendo como visión aplicarlo en los semestres subsecuentes de acuerdo con la cantidad de tutores que se tenga.

6. Referencias Bibliográficas

- Alonso Tapia, J. (1995). *Motivación y aprendizaje en el aula. Cómo enseñar a pensar*, Madrid: Santillana.
- Anaya-Durand, A. y C. Anaya-Huertas (2010). “¿Motivar para aprobar o para aprender? Estrategias de motivación del aprendizaje para los estudiantes”, *Tecnología, Ciencia, Educación*, vol. 25, núm.1, pp. 5-14.
- Ayala, C.L., Martínez, R. & Yuste, C. (2004). *CEAM. Cuestionario de estrategias de aprendizaje y motivación*. Barcelona: Instituto de Orientación Psicológica EOS.
- Beltrán, J. (2003). Estrategias de aprendizaje. *Revista de Educación*, 332, 55-73.
- Bernad, J.A. (1999). *Estrategias de aprendizaje*. Madrid: Bruño.
- Bouffard-Bouchard, T., Parent, S. y Larivée, S. (1991). Influence of Self-Efficacy on Self-Regulation and Performance among Junior and Senior High-School Age Students. *International Journal of Behavioral Development*, 14(2), 153-164.
- Brophy, J. (2004). *Motivating students to learn*. Mahwah, New Jersey: LEA.
- Danserau, D.F. (1985). Learning Strategy Research. En H.F. O’Neil (Ed.), *Learning Strategies* (pp. 209-240). Nueva York: Academic Press.
- Gargallo, B., Suárez-Rodríguez, J. M. & Pérez-Pérez, C. (2009). El cuestionario CEVEAPEU. Un instrumento para la evaluación de las estrategias de aprendizaje de los estudiantes universitarios. *RELIEVE*, 15 (2), 1-31. Recuperado el 3 de mayo de 2012, disponible en http://www.uv.es/RELIEVE/v15n2/RELIEVEv15n2_5.htm
- González Fernández, A. (2005). *Motivación académica. Teoría, aplicación y evaluación*, Madrid: Pirámide.
- González, M.C, y Tourón, J. (1992). Autoconcepto y Rendimiento Escolar: Sus Implicaciones en la Motivación y en la Autorregulación del Aprendizaje, Pamplona: EUNSA.
- Lamas. H. (2009) Aprendizaje autorregulado, motivación y rendimiento académico. *LIBERABIT* (Lima, Perú) 14 Pág. 15-20.
- Monereo, C. (1997). La construcción del conocimiento estratégico en el aula. En M^a.L.Pérez Cabaní, *La enseñanza y el aprendizaje de estrategias desde el currículum* (pp. 21-34). Gerona: Horsori.
- Pintrich, P. R. (1994). “Student motivation in the college classroom”, en Pritchard, K.W. y McLaren Sawyer, R. (eds) *Handbook of college teaching: Theory and application*, Westport, CN: Greenwood Press.

- Pintrich, P.R., DeGroot, E. y García, T. (1992). Student Motivation and Self-Regulated Learning In Different Classroom Contexts. Paper presented at th *International Congress of Psychology*, Bruselas.
- Pintrich, P.R., Smith, DA.F., García, T. y Mc-keachie W.J. (1991). A Manual for the Use of the Motivated Strategies for Learning Questionnaire, (MSLQ). Ann Arbor, MI: National Center for Research to Improve Postsecondary Teachin and Learning, The University of Michigan.
- Pintrich, P.R y Schrauben, B. (1992). Students' motivational beliefs and their cognitive engagement in classroom academic tasks. En D.H.Schunk; J. Meece (eds.). *Students perceptions in the classroom* (pp. 149-183). Hillsdale, N.J: Lawrence Erlbaum.
- Pokay, P. y Blumenfeld, P. C. (1990). Predicting Achievement Early and Late in the Semester: The Role of Motivation and Use of Learning Strategies. *Journal of Educational Psychology*, 82(1), 41-50.
- Pozo J.I. (1990). Estrategias de aprendizaje. En C. Coll, J. Palacios y A. Marchesi, *Desarrollo psicológico y educación, II. Psicología de la educación* (pp. 199-221). Madrid:Alianza.
- Rinaudo, M. C.; A. Chiecher y D. Donolo (2003). "Motivación y uso de estrategias en estudiantes universitarios. Su evaluación a partir del *Motivated Strategies Learning Questionnaire*", *Anales de Psicología* 19 (1)107-119.
- Rinaudo, M. C.; De la Barrera, M. L. y Donolo, D. (2006). "Motivación para el aprendizaje en estudiantes universitarios", *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, vol. IX, núm. 22. Disponible en: <http://reme.uji.es/>.
- Stipek, D.(1998). *Motivation to learn: From theory to practice* (3rd edition). Needham Heights, MA: Allyn y Bacon.
- Valle, A. & Rodríguez, A. (1998). Estrategias de aprendizaje y rendimiento académico. *Boletín de Psicología*, 60, 27-53.
- Weinstein, C.E. & Danserau, D.F. (1985). Learning strategies: the how of learning. En J.W. Segal *et al.*, *Thinking and learningstrategies* (pp. 125-142). Hillsdale: Erlbaum.



**VINCULACIÓN ESCUELA/EMPRESA RÚBRICA CON
EXPERIENCIA APLICADA EN LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES
EN ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA
PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN DE LA UANL**

*M.C.P. Hilda Margarita Jasso Arrambide,
Universidad Autónoma De Nuevo León, Vallecillos #5215 Valle de Chapultepec, Guadalupe
N.L., Mexicana,
hjassoo@hotmail.com*

*M.A.E. Katia Site Pérez Martínez,
Universidad Autónoma De Nuevo León, Crespones #328 Los Girasoles, Escobedo N.L.
Mexicana, katia.perezm@uanl.mx ,
katiastiteper@hotmail.com*

*M.I.A. Juan Enrique Saldaña Pérez,
Universidad Autónoma De Nuevo León, Agostadero #214 col. Nueva Hacienda, Escobedo N.L.,
Mexicano,
jesp69@hotmail.com*

*M.A.P. Refugio De Jesús Fernández Martínez,
Universidad Autónoma De Nuevo León
Vallecillos #5215 Valle de Chapultepec, Guadalupe N.L., Mexicano,
rfdzmtz@hotmail.com*

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 25/Mayo/2015

Resumen

El presente artículo propone conocer el grado de cumplimiento de las estrategias académicas implementadas en el Modelo Educativo de la UANL a través de las Prácticas Profesionales, en estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública y Administración y su relación con las demandas del mercado laboral, para lo que se hace necesario conocer la percepción de los empleadores, y es a través de una Rúbrica de tipo cuantitativo para establecer grados de maduración administrada a 92 empresarios la que nos permite valorar el *Nivel* de cumplimiento de los mismos.

El análisis de datos manifiesta, que los practicantes requieren grados de maduración en *habilidades y aprendizajes autónomos*, lo que nos permite reflexionar y proponer cursos extracurriculares que complementen los grados requeridos por los empleadores, para realizar los ajustes correspondientes en la asignatura de Prácticas Profesionales.

Palabras claves:

Rúbrica, Demandas del mercado laboral, Practicantes, Empleadores y Prácticas Profesionales

Introducción

En México, uno de los ámbitos en los que se visualiza la necesidad de mejorar y reformar las propuestas de formación, es la que corresponde al contexto Universitario. Las exigencias de cambio aluden en especial a las Instituciones Universitarias que poseen el compromiso de formar estudiantes en momentos en los cuales existen transformaciones en el mercado laboral, lo que genera una mayor exigencia por la pertinencia y calidad de la educación que imparten las instituciones.

En este contexto no es posible considerar formar estudiantes solo con asignaturas como se plantean en la mayoría de las instituciones de Educación Superior. Por lo que es necesario responder con oportunidad a las demandas y ello requiere definir rutas de acción, muestra de esto es la revisión exhaustiva que implica cambios, ajustes curriculares esencialmente modificadores de los planes de estudio para que la acción formativa se realice a partir de visiones integradoras.

Es complejo, sin embargo, es fundamental promover dichas estrategias que permitan la aplicación y adquisición de saberes incidentes, básicamente porque depende del conocimiento que se logre sobre los requerimientos laborales y es entonces que se toman decisiones respecto a opciones curriculares.

Nuestro planteamiento gira en torno al grado de cumplimiento de las estrategias académicas implementadas en el Nuevo Modelo Educativo de la UANL a través de la materia de Prácticas Profesionales, (asignatura basada en competencias) por lo que exploraremos el impacto en los estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública y Administración y su relación con las demandas del mercado laboral, por lo que será necesario conocer la precepción de los

empleadores sobre las experiencias laborales desarrolladas por los practicantes, es decir, sobre los conocimientos o competencias más utilizadas o más necesarias.

Con los resultados de exploración a la vinculación escuela/empresa, retroalimentaremos el fortalecimiento de los esquemas de evaluación y actualización de los programas educativos para la mejora continua y el aseguramiento de la pertinencia y la calidad educativa.

Para lo que será necesario revisar el marco teórico de los conceptos a manejar en concordancia a las actuales necesidades y demandas educativas, para el aprendizaje, sostenible, orientado a la valoración de competencias

Marco Teórico

La Práctica Profesional

En los nuevos planes de estudios las prácticas profesionales son de carácter optativas y curriculares, es decir, forman parte del plan de estudios del Nuevo Modelo Educativo, con el objetivo de impulsar a los estudiantes a administraciones públicas y a las empresas privadas para mejorar su empleabilidad y desarrollar competencias.

Las materias *optativas o de libre elección* son: las que libremente pueden elegir los estudiantes de un conjunto de asignaturas ofrecidas por cada Facultad. A diferencia de las *curriculares* en donde el estudiante las tienen adscritas en su curricula y son obligatorias. Así mismo el *plan de estudios* está diseñado de tal forma que contempla la formación, preparación y entrenamiento de futuros profesionales mediante la aplicación de un método investigativo general y de los métodos y normas particulares de las diferentes disciplinas, con responsabilidad y conciencia de su incidencia en la sociedad además de caracterizarse por ser flexibles. (Orientación al Marco Curricular común UANL, 2012)

Por lo que el *Nuevo Modelo Educativo de la U.A.N.L.*: Es un instrumento para posibilitar y ordenar el quehacer universitario; tiene un valor utilitario, pragmático, dinámico y flexible, y permite la retroalimentación. Considera el carácter multidimensional y complejo de la educación y de su institucionalización; promueve la formación integral de sus estudiantes y adopta una actitud innovadora hacia el conocimiento. (PDI-UANL,2012) analizando las definiciones anteriores y concentrándonos específicamente en la materia de *Prácticas Profesionales* en sus dos modalidades definimos: La Práctica Profesional según Reglamento de la UANL,; CAPÍTULO II, Artículo 4.- la define como el conjunto de actividades formativas de carácter laboral que un estudiante de la Universidad realiza en alguna organización receptora con el fin de consolidar las competencias adquiridas en el aula, y que se desarrollan en el sector público, social y privado.

Y el mismo reglamento antes citado para el Artículo 5.- marca los fines de la misma:

- I. Que el practicante aplique las competencias específicas del plan de estudios al que pertenece, en el programa de práctica profesional.
- II. Contribuir a la formación profesional del estudiante a través de una aproximación al mundo laboral.
- III. Vincular al estudiante con el mundo laboral afín a su plan de estudios además de caracterizarse por:
 - a. Promover la autonomía del estudiante,
 - b. Generar habilidades de autoaprendizaje y aprendizaje de por vida
 - c. Replantear perfiles académicos con el objetivo de aprovechar al máximo los recursos humanos disponibles en la Institución. (RPP, UANL, 2014).

Enmarcada en las características anteriores, Las Prácticas Profesionales se institucionalizan y ya no se ve como una práctica ajena al medio académico de la UANL. las prácticas profesionales son fundamentales para el desarrollo de competencias que se expresan en los programas educativos, pues a través de ella se conduce y guía al estudiante hacia la adquisición y consolidación de capacidades indistintas; para esto se apoya principalmente en la práctica vivencial, y aunque no se expresa formalmente en los objetivos de ésta, el desarrollo de competencias se hace evidente la intervención que tiene ésta para lograr tal cometido en los estudiantes de la Universidad.

El objetivo de la Práctica Profesional es disminuir los problemas de aprendizaje que el estudiante presenta, ya sea por falta de conocimientos o habilidades necesarios para cursar con éxito su licenciatura o bien como una opción de conocer y experimentar otras áreas que pudieran o no estar relacionadas con su disciplina.

Por la naturaleza de las prácticas profesionales es necesaria la creación de convenios entre empresas y estudiantes formalizada a través de la Universidad que trasciendan las fronteras de su institución, por lo que es importante promover estrategias alternativas de aprendizaje y actualización que sirvan para consolidar vínculos entre las universidades en el marco de los procesos, en el tiempo y espacio con una duración mínima de dos meses y un máximo de seis, dependiendo del proyecto, pudiendo renovarse por un período igual. Deberán cubrirse al menos cuatro horas diarias, frente a esto último, la incorporación de fortalezas solo después de que se hayan identificado bajo un enfoque de administración del conocimiento, resultará como otra alternativa más para el desarrollo de competencias una vez que con esto se optimice se debe buscar que tecnologías se deben utilizar como herramientas e infraestructura para poder compartir adecuadamente la información.

El periodo de formación que pasan los estudiantes en contextos laborables propios de la profesión: en fábricas, empresas, servicios, etc.; constituye, por tanto, un periodo de formación (...) que los estudiantes pasan fuera de la Universidad trabajando con profesionales de su sector en escenarios de trabajos reales (Zabalza, 2003, p. 45).

Competencias

Para entender la intervención de la materia de Prácticas Profesionales en los planes y programas de estudio, es necesario definir el concepto de competencia en el contexto del Modelo Educativo de la UANL.

Para efectos del Modelo Educativo de la UANL a través de los planes y programas, las competencias se expresan como una acción viable e identificable, en un ámbito de aplicación específico, en la cual se integran los ejes teóricos, heurísticos y axiológicos. Y la educación basada en competencias es considerado como un medio que responde mejor a la necesidad de encontrar un punto de convergencia entre educación y empleo; refuerza el propósito de empleabilidad; se adapta a los cambios de la sociedad internacional bajo múltiples formas; enfatiza y focaliza el esfuerzo del desarrollo económico y social en la valorización de los recursos humanos; y es una moderna y posible respuesta a la necesidad urgente de mejorar la calidad de la educación para todos. La educación basada en competencias implica, por lo tanto, el desempeño entendido como la expresión concreta del conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores, que pone en juego la persona cuando lleva a cabo una actividad. (Modelo Educativo UANL, 2008)

Asumiendo que el practicante realiza su función, es importante conocer desde luego su desempeño, y de esa forma, ofrecer mejores procesos de formación. La formación en el contexto de trabajo, es superior a cualquier tipo de formación, por cuanto “las experiencias obtenidas de la

acción, de la asunción de responsabilidad real y del enfrentamiento a problemas concretos, aportan realmente competencias que la mejor enseñanza jamás será capaz de proporcionar” (Levy-Leboyer, 1997; citado por Tejeda, 2007).

Por lo que evaluar los objetivos de aprendizaje para un curso, además de determinar el grado de logro, determina la orientación de los esfuerzos de los estudiantes. En la medida en que las evaluaciones correspondan a los objetivos de aprendizaje y los métodos de enseñanza, habrá un alineamiento constructivo, lo que ayudara a lograr un aprendizaje de calidad (Biggs, 2004)

Rúbrica

Para el presente se decidió evaluar la asignatura de Prácticas Profesionales a través del instrumento denominado rubrica, debido a que autores como (Torres, 2010; Villa & Poblete, 2004), entre otros señalan que el instrumento es útil para la realización de procesos de evaluación, adecuado a las actuales necesidades y demandas educativas, para el aprendizaje, sostenible, orientado a la valoración de competencias en los estudiantes, a quienes les ayuda a situar con precisión sus puntos fuertes y débiles.

Simón (2001) , señala como Rúbrica a un descriptor Cualitativo que establece la naturaleza de un desempeño a través de una matriz de valoraciones que facilita la calificación del desempeño de los estudiantes.

Es así, que evaluar con rubricas, exige revisar lo establecido y reflexionar sobre el desempeño de las competencias desarrolladas por nuestros practicantes para establecer compromisos explícitos.

Justificación

La exigencia para las instituciones universitarias es la revisión exhaustiva que implica cambios, ajustes y/o modificaciones curriculares de los planes de estudio, de los saberes adquiridos y los que están tejiéndose de acuerdo a las exigencias del mercado laboral.

Por lo que requerimos conocer la percepción de los empleadores en el desempeño de nuestros estudiantes, en el ejercicio de sus Prácticas Profesionales en el contexto de nuestra escuela de negocios, para fortalecer nuestros planes de estudio y asegurar la pertinencia y la calidad de nuestra Institución.

Objetivos

1. Conocer la percepción de los empleadores al albergar a los practicantes de nuestra institución en sus organizaciones.
2. Empatar las necesidades o requerimientos de los empleadores con las estrategias del Modelo educativo de la UANL
3. Analizar el desarrollo de competencias en los practicantes identificados a través de la percepción de los empleadores.

Método

Para realizar este artículo se ha seleccionado una muestra de 119 empleadores que albergaron a estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la UANL, en el ejercicio de sus Prácticas Profesionales en el semestre junio - diciembre 2014, en Monterrey y su área metropolitana.

Para responder a los objetivos de este artículo se desarrolló un estudio empírico de tipo cuantitativo utilizando la Rúbrica de Evaluación de Prácticas Profesionales elaborada por el departamento de Prácticas Profesionales de la FACPYA, con una categorización de tres niveles

de aceptación, donde: Nivel 1: Malo y Regular, Nivel 2: Bueno y Nivel 3: Muy bueno y Excelente. La encuesta fue aplicada de manera individual a los empleadores en sus oficinas, colaborando entre otras (FEMSA, Cadena Comercial OXXO, Agua y Drenaje, BBC Servicios, Tubacero entre otras). Para análisis de datos se utilizó el programa Excel para Windows 7.

Resultados:

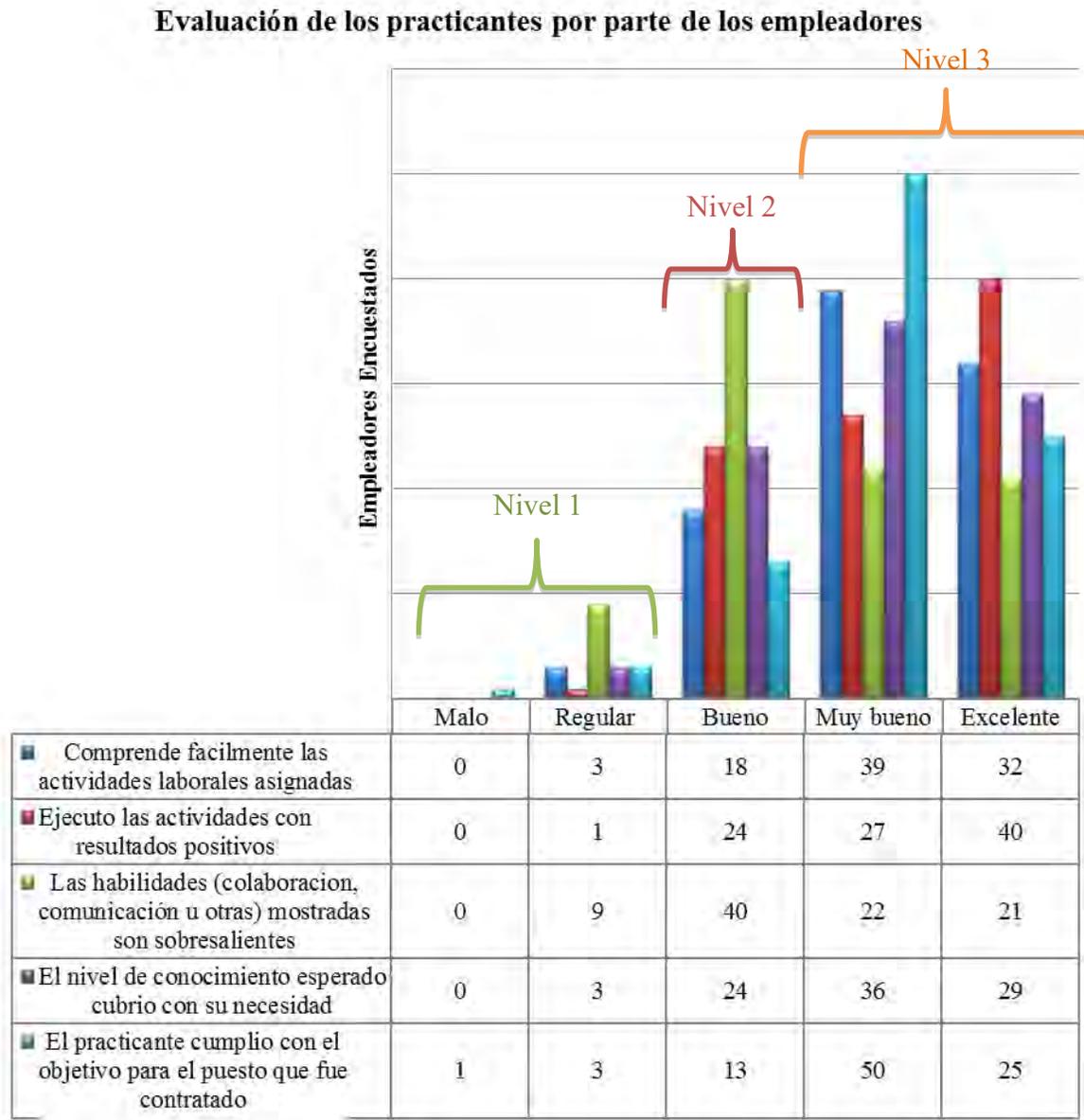
Se sintetiza de manera gráfica los resultados obtenidos de 92 empleadores de 119 convocados.

Tabla 1. Rúbrica de Evaluación de Prácticas Profesionales

Rúbrica de Evaluación de Prácticas Profesionales						
	Nivel 1		Nivel 2	Nivel 3		Total
	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	
Comprende fácilmente las actividades laborales asignadas	0	3	18	39	32	92
Ejecuto las actividades con resultados positivos	0	1	24	27	40	92
Las habilidades (colaboración, comunicación u otras) mostradas son sobresalientes	0	9	40	22	21	92
El nivel de conocimiento esperado cubrió con su necesidad	0	3	24	36	29	92
El practicante cumplió con el objetivo para el puesto que fue contratado	1	3	13	50	25	92
Considera usted que su estudiante, Practica los valores promovidos por la UANL: verdad, equidad, honestidad, libertad, solidaridad, respeto a la vida y a los demás, respeto a la naturaleza, integridad, ética profesional, justicia, y responsabilidad.	0	0	9	11	72	92
Considera usted que el practicante IDENTIFICA los retos de la sociedad contemporánea con actitud crítica y compromiso humano	1	8	30	38	15	92
Considera usted que el practicante logra la adaptabilidad en ambientes sociales y profesionales de incertidumbre de nuestra época para crear mejores condiciones de vida.	2	2	38	27	23	92
Considera usted que el practicante aplica estrategias de aprendizaje autónomo que le permitan la toma de decisiones oportunas y pertinentes	2	20	56	12	12	92
Considera usted que el practicante emplea pensamiento lógico, crítico, creativo y propositivo que le permitan tomar decisiones pertinentes en su ámbito de influencia con responsabilidad social.	1	2	20	16	53	92

Fuente: Elaboración Propia; Base de datos Departamento de Prácticas Profesionales FACPYA- UANL 2014

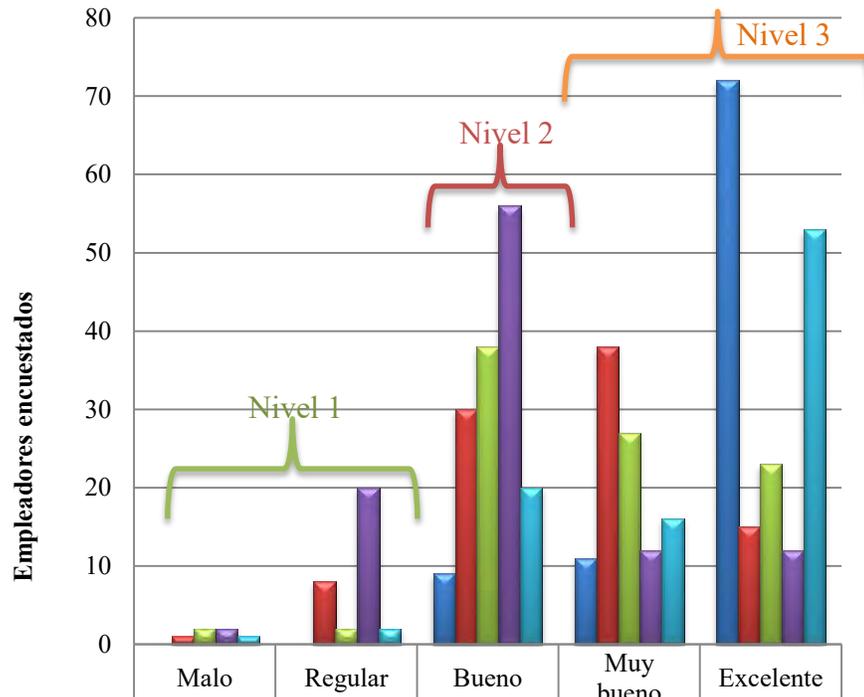
Gráfico 1. Evaluación de los Practicantes por parte de los empleadores.



14

Gráfico 2. Competencias evaluadas por los empleadores

Competencias evaluadas por los empleadores



Fuente: Elaboración Propia; Base de datos Departamento de Prácticas Profesionales FACPYA- UANL 2014

Conclusiones

Estamos convencidos que el éxito de una Práctica Profesional acierta en los beneficios que adquieren nuestros estudiantes al enriquecerse con la experiencia, además de permitirnos construir propuestas interesantes e innovadoras con el potencial formativo que reside en esta combinación entre la academia y lo profesional.

Las percepciones de los empleadores cuando hablan de las experiencias generadas en sus empresas al albergar a practicantes, hacen pensar que los mitos señalados por Zeichner (2005) cobran fuerza en la medida que se asumen como una supuesta forma de actuar sin que ellos tengan plena conciencia de la manera cómo ocurre el proceso.

Visto así, la evaluación de los practicantes luce desconectada del intenso proceso académico, encuadrada con la concepción de la enseñanza consecuencia de contenidos rutinarios. Se verifica si el estudiante logra o no los objetivos planteados que debe cumplir en las empresas. En síntesis, los empleadores opinan que los practicantes de nuestra institución son demasiado teóricos, pero que tienen desarrolladas las habilidades que le permiten cumplir con las competencias requeridas y que el tiempo de estancia de un practicante en sus organizaciones es muy corto para que se desarrollen profesionalmente.

En lo que respecta a los resultados obtenidos, observamos que los empleadores ejercen su percepción de acuerdo al desarrollo de sus practicantes marcando las *“Las habilidades (colaboración, comunicación u otras) mostradas son sobresalientes”* ubicándolos en el Nivel 2 manifestando con ello que son solo *“Buenos”*, así mismo *“Comprende fácilmente las actividades laborales asignadas”* ubicándolos en el nivel 3 manifestando con ello que son *“Excelentes”* por lo que la percepción en general de los constructos evaluados da como resultado que solo son *“Muy Buenos”* desarrollándose en sus organizaciones.

Cumpliendo con el objetivo de analizar el desarrollo de competencias en los practicantes identificados a través de la percepción de los empleadores. Los resultados obtenidos marcan que *“Los valores promovidos por la UANL”*, los manejan en un Nivel 3 de *“Excelencia”* mientras que consideran *“que el practicante aplica estrategias de aprendizaje autónomo que le permitan la toma de decisiones oportunas y pertinentes”* solo en un Nivel 2 de *“Bueno”* lo que en general marca que los practicantes manejan con *“Excelencia”*.

Reflexionando en estos resultados revelados para el nivel 2, proponemos a nuestras autoridades académicas reforzar el nivel de conocimiento esperado para cumplir con el objetivo de formarlos con las competencias requeridas para los que son contratados. Por lo que nuestra propuesta de innovación sería adicionar cursos extracurriculares (*competencias específicas y/o genéricas*) para formar a nuestros estudiantes con el nivel de maduración requerido por el mercado laboral.

Podemos concluir que nuestro artículo da cumplimiento a la estrategia 4.8 del Plan de Desarrollo Institucional UANL 2012-2020, *“Al fortalecer los esquemas colegiados de evaluación y actualización de los programas educativos para la mejora continua y el aseguramiento de su pertinencia y calidad, y de trayectorias académica en necesidades del desarrollo social y económico estatal y regional, generando la evolución de las profesiones y de las ocupaciones en el mundo laboral, entre otros aspectos.”* Y para el presente se cotejó con los requerimientos de los empleadores comprobándose que si empatan con el Modelo Educativo UANL.

Referencias

- Biggs, J. (2004). *Calidad del aprendizaje universitario*. Madrid: Narcea. Marzo, 1 2015. Sitio web: <http://es.scribd.com/doc/63846893/BIGGS-John-2006-Calidad-del-aprendizajeuniversitarioNarcea> S A-De-ediciones-Espana#scribd.
- Modelo Educativo de la UANL (2008). Plan de Desarrollo Institucional, UANL. Marzo 26, 2015 Sitio web: <http://www.uanl.mx/sites/default/files/dependencias/del/mod-educativo-08-web.pdf>.
- Orientación al Marco Curricular común UANL, (2015). Documento del marco curricular UANL. Marzo, 26, 2015. Sitio web: <http://preparatoria13.uanl.mx/wp-content/uploads/2012/05/plan-de-estudios.pdf>.
- Plan de Desarrollo Institucional. (2012). PDI, Modelo Educativo de la UANL. Marzo 26, 2015 Sitio web: <http://www.uanl.mx/sites/default/files/dependencias/del/mod-educativo-08-web.pdf>.
- RPP, UANL, (2014). Reglamento de Prácticas Profesionales de la UANL. Aprobado por el H. Consejo Universitario Agosto 2014. Leyes y Reglamentos de la UANL. Febrero 2, 2015. Sitio web: <http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1020111771/1020111771.PDF>.
- Simon, M. y Forgette-Giroux, R.. (2001). A rubric for scoring postsecondary academic skills. *Practical Assessment, Research & Evaluation*. Abril 26, 2015, de Research & Evaluation Sitio web: <http://pareonline.net/getvn.asp?v=7&n=18>.
- Tejada, J. (2007). "Estrategias formativas en contextos no formales orientadas al desarrollo socio profesional". *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653) n°43/6-15 de agosto de 2007. Edita: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). Marzo 17, 2015. Recuperado de: <http://www.rieoei.org/deloslectores/1806Tejada.pdf>.
- Torres, J. J., y Perera, V. H. (2010). La rúbrica como instrumento pedagógico para la tutorización y evaluación de los aprendizajes en el foro online de educación superior. *Píxel-bit. Revista de Medios y Educación*. N° 36, 141-149.
- Universidad Autónoma de Nuevo León. (Octubre 2011). *Visión 2020*. Febrero 2, 2015. Recuperado de: <http://www.uanl.mx/sites/default/files/documentos/universidad/folleto-vision2020uanl.pdf>.
- Villa, A., y Poblete, M. (2004). Practicum y evaluación de competencias. Profesorado, *revista de currículum y formación del profesorado*, 8 (2). Marzo 15, 2015. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56780203>.

Zabalza, M.A. (2011). El prácticum en la formación universitaria: estado de la cuestión. *Revista de Educación*, 354, 21-43. Marzo 1, 2015. Recuperado de: http://red-u.net/redu/documentos/vol9_n2_completo.pdf.

Zeichner, K. (2005). El maestro como profesional reflexivo. Marzo 15, 2015, de *Práctica Reflexiva*. Sitio web: <http://www.practicareflexiva.pro/cat/wp-content/uploads/Org-El-maestro-como-profesional-reflexivo-de-Kenneth-M.-Zeichner..pdf>



**LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN EL ÁREA ECONÓMICO-
ADMINISTRATIVA
ESTUDIO DE CASO: FACULTAD DE CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA**

Dra. Carmen Romelia Flores Morales

rmeflore@uach.mx, rmeflore@hotmail.com

Celular: 614-394-23-81 Teléfono: (614)434-09-28

Dra. Ana Isabel Ordóñez Parada

aordonez@uach.mx

Celular: 614-239-32-13

Dr. Óscar Alejandro Viramontes Olivas

violioscar@gmail.com

Celular: 614-427-52-54

*Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Autónoma de Chihuahua
Chihuahua, Chihuahua, México*

*Domicilio: Campus Universitario # 2, Chihuahua, Chih., C.P. 31125, Apartado Postal 152,
Teléfono (614) 442-00-00, 442-00-30*

Fecha de envío: 26/Mayo/2015

Fecha de aceptación: 28/Mayo/2015

RESUMEN

El objetivo principal del presente estudio de caso fue analizar los diferentes factores que inhiben la investigación científica en el área económico-administrativa de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua, incluyéndose tanto los factores que alientan como los que inhiben. Se caracterizó a los catedráticos que desarrollan labores de investigación como parte de su rol como Profesor de Tiempo Completo para posteriormente identificar los principales factores que inhiben y alientan la investigación científica en esta importante área del saber. Se trata de una investigación mixta, aplicada, no experimental, transeccional, descriptiva, de campo con apoyo bibliográfico, utilizando el método analítico-sintético. El estudio de caso se desarrolló entre los meses de julio de 2014 a mayo del 2015 con 63 profesores de tiempo completo de la facultad, a quienes se aplicó un cuestionario diseñado ex profeso además de realizar entrevistas cara a cara con los miembros de los Cuerpos Académicos.

Palabras Clave: Producción científica, factores Inhibidores, investigación científica

INTRODUCCIÓN

La investigación científica desarrollada en las instituciones de educación superior de nuestro país, específicamente en el área económico-administrativa es escasa, en comparación con la realizada en otras áreas del saber, sin embargo no se dispone de un marco teórico general que permita orientar los estudios descriptivos de alcance nacional sobre los procedimientos seguidos por los profesores investigadores en su quehacer investigativo, así como la ruta trazada para la difusión de los resultados de sus investigaciones, el objetivo principal del presente estudio fue analizar los diferentes factores que inhiben la investigación científica en el área económico-administrativa de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua, como parte de una investigación mayor, que pretende contrastar la información obtenida de diversas instituciones de educación superior de país, para inicialmente caracterizar a los catedráticos que desarrollan labores de investigación como parte de su rol como Profesor de

Tiempo Completo, y posteriormente estar en capacidad de identificar los principales factores que inhiben y alientan la investigación científica en esta importante área del saber.

MARCO TEÓRICO

La investigación científica es concebida por Hernández (2010) como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno, mientras que Geraldina Porto Witter (1997) citada por Yelina Piedra (2007, pág. 32) en su artículo titulado “Producción científica” definen la producción científica como “una expresión que engloba procesos y productos distintos, personas, asociaciones, agencias financiadoras y sus múltiples consumidores”, asimismo afirma que es la parte materializada del conocimiento generado, otorgándole una calidad práctica o activa, al afirmar que es más que un conjunto de documentos almacenados en una institución de información ya que lleva implícitas todas las actividades académicas y científicas de un investigador.

La sociedad del siglo XXI precisa de una nueva clase de personas, que sean capaces de visualizar la actividad investigadora como prioridad para el conocimiento de su realidad y de su entorno, para de este modo poder construir su proyecto de vida.

El nivel de desarrollo de un país está estrechamente relacionado con su nivel de cultura que fomente la investigación, hecho explicado por la debilidad en esta materia del sistema educativo nacional.

Desarrollar actitudes y destrezas para la investigación científica son cuestiones imperativas e ineludibles para la comunidad académica cuya misión es contribuir al progreso y al bienestar de la sociedad en su conjunto.

En la sociedad del conocimiento, se requiere, según Gómez (2000) de un sistema educativo orientado a dar respuestas a las exigencias y necesidades que demanda esa sociedad.

Por lo que afirma Bernal (2006, pág. 4) toda sociedad que requiera tener un rol protagónico en este entorno dominado por el conocimiento y que pretenda resolver sus contradicciones, deberá considerar su sistema educativo como el motor y factor de dinamismo. Las instituciones académicas requieren tener sensibilidad para orientar los acontecimientos que guiarán el rumbo de la sociedad, adelantarse a su tiempo, y tener la capacidad para gestionar los cambios necesarios para construir una sociedad cada vez más justa y sensible a sus problemas, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos.

Hoy en día, la creación, aplicación y divulgación del conocimiento son factores esenciales para el sistema educativo nacional, especialmente para las instituciones de educación superior.

La sociedad del conocimiento exige personas cada vez más capacitadas para la apropiación y la generación de conocimiento, por lo que los países que no inviertan en investigación se quedarán rezagados y dependerán permanentemente de aquellas naciones que se atrevan a trabajar en el desarrollo de la educación y la investigación de sus habitantes.

Para Amaya (2000) el conocimiento es el fundamento para edificar un país con capacidad para enfrentar los problemas y los retos del futuro.

La falta de competitividad de los países en vías de desarrollo suele asociarse con la carencia de una cultura de la investigación, la cual a su vez se explica por la deficiencia de sistema educativo de dicho países aunado al desconocimiento de la historia de la nación por parte de sus habitantes.

De acuerdo con Bernal (2006) para salir de la crisis los países en vías de desarrollo se requieren de una nueva comunidad académica, que concuerde con una transformación humana y científica. Se pretende formar una sociedad que aprecie a la comunidad científica como uno de los actores centrales de la construcción de su propio sentido.

Mientras que Chaparro(2000) afirma que se requieren sociedades con capacidad para generar conocimiento sobre su realidad y su entorno, con capacidad para emplear este conocimiento en la construcción de su futuro. Para este autor las raíces de la competitividad se encuentran en la fortaleza de la sociedad y de su sistema educativo, la comunidad investigativa y la cultura. Toda sociedad debe aprender los principios básicos del método científico, es decir, aprender a formular preguntas, a observar, a analizar e indagar, a desarrollar el hábito de la lectura, a reflexionar, a escribir, a sintetizar y obtener conclusiones, y a actuar con consistencia.

En las instituciones de educación superior de Latinoamérica, el estudio de las diferentes disciplinas es preponderantemente pragmático y profesionalizante, restando importancia a la actividad investigativa. La inversión en investigación científica y tecnológica en los países latinoamericanos revela serias deficiencias. Además, según Bernal (2006, pág. 9) la escases de formación del potencial humano, sumada a la ausencia de políticas nacionales coherentes y decisivas, contribuyen a formar el cuadro de retos para el desarrollo armónico, equilibrado y sostenible de nuestras sociedades.

Señala el autor que los países que conforman el Tercer Mundo representan el 77% de la población mundial mientras que posee únicamente el 6% del total de científicos en el planeta y que solamente el 1% de los científicos mundiales son latinoamericanos. Por lo que si los países subdesarrollados pretenden una participación activa y protagónica en el nuevo orden mundial requieren generar su propia teoría como un conocimiento propio de su realidad, que den respuesta a los retos y exigencias que hoy

demanda la sociedad y el nuevo orden mundial. Por ello, la educación y la investigación son las estrategias fundamentales.

Dado que este fenómeno se encuentra ligado a la mayoría de los acontecimientos en los que participan las personas cotidianamente, su evaluación atiende principalmente los resultados de los trabajos de investigación. Sin embargo el número de publicaciones científicas presenta gran variabilidad de un país a otro, siendo el número de científicos el principal factor, donde Estados Unidos de Norteamérica y China ocupan las primeras posiciones en cuanto al número de artículos científicos publicados de 2008 a 2012, con cerca de 1'600,000 y 800,000 publicaciones en ese periodo, respectivamente.

Como sostienen Sánchez y Espinosa (2005) los datos respecto de la investigación en nuestro país son sombríos a la luz de lo que sucede en los países desarrollados. Sólo basta observar el porcentaje dedicado a investigación para explicarse lo anterior. Al contrastar cifras, principalmente relacionadas con el porcentaje de PIB dedicado a la investigación y desarrollo se aprecia el valor que las grandes potencias otorgan a la investigación como motor de desarrollo.

La investigación y la Universidad Según afirman Pascual (1995) y Fernández (2002) la formación de investigadores en el mundo contemporáneo históricamente ha estado condicionada por dos variables: las tradiciones de la educación universitaria y el tipo de política de la ciencia, la investigación y el desarrollo impulsada por el gobierno.

En la sociedad del conocimiento no es suficiente que la investigación sea considerada como una de las funciones sustantivas de la universidad, debe ser considerado como la misión fundamental de la verdadera universidad.

La investigación constituye una labor de vital importancia y se concibe en estrecha relación con la docencia y la proyección social.

La Universidad debe estar inmersa en la producción de conocimiento desde un enfoque integral e interdisciplinario que permita analizar y resolver los problemas que actualmente están presentes en la sociedad.

En la sociedad del conocimiento, el rol de la Universidad implica favorecer e incentivar la investigación mediante la formación de expertos que puedan hacer frente a las necesidades y problemas de sus sociedades.

Según Bernal, (2006, pág. 11) en la sociedad actual, la investigación es una exigencia universitaria, no sólo por ser parte de la naturaleza misma de la universidad, sino también por la responsabilidad social ligada al quehacer universitario.

Las tradiciones universitarias han sido dominadas por dos modelos básicos: el alemán, que propone la unión estrecha de la docencia y la investigación, y no concibe el divorcio del profesor universitario y el investigador; por otro lado el modelo francés, caracterizado por la organización de la educación superior en función del sistema burocrático, centralizado, donde el poder del estado se manifiesta tanto en el nombramiento de los profesores como en su organización interna.

La formación de investigadores en ambas tradiciones, está basada en la formación de doctores en la universidad. No obstante, a partir de los años cincuenta, este paradigma cambia en todo el mundo occidental, de modo que buena parte de la investigación deja de hacerse en la universidad para dar paso a la creación de centros e institutos de investigación que generan ámbitos con rasgos culturales muy distintos de los de la vida académica tradicional.

Según Rip y Hagendik(1988) estos cambios culturales coinciden con la transformación de los modelos de investigación y desarrollo en los que se observan tres grandes fases:

La primera fase, llamada por algunos autores como Polanyi (1962, pp. 54-73) la República de la Ciencia (1945-1960) se caracteriza por la idea de que los científicos pueden organizarse y gobernarse por sí solos. Una segunda fase (60's y 70's) se caracteriza por resumir en la idea de "la ciencia como solución de los problemas nacionales". El sistema de financiamiento de esta fase se basa en ciertos indicadores de salida, tales como las patentes y la producción nacional bruta. La tercera fase (principios de los 80's) se caracteriza por la creación de sistemas nacionales de ciencia destinados a impulsar el desarrollo tecnológico. Su paradigma se podría resumir en la idea de que "la ciencia es un recurso estratégico". Su sistema de financiamiento se basa en la evaluación de la producción científica con criterios de medición y comparación internacional.

En la última década los indicadores bibliométricos se han convertido en un instrumento de apoyo a la gestión de la política científica y tecnológica. Así lo demuestra su progresiva incorporación a los estudios de evaluación y actividad científica y su presencia en gran parte de las publicaciones sobre Indicadores de Ciencia y Tecnología elaboradas periódicamente en los países más desarrollados.

Por su parte México, en armonía con las tendencias mundiales descritas, organizó su sistema de investigación de ciencia y tecnología en la década de los sesenta. Los orígenes de su creación se remontan a la Ley sobre Planeación General de la República, de 1930, y al Consejo Nacional de Educación Superior y de la Investigación Científica, creado en octubre de 1935. Sin embargo, la formación de investigadores no se establece como un objetivo estratégico sino hasta la creación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

En julio de 1984, con la creación del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), con el propósito de estimular y apoyar el capital humano invertido en estas actividades, se instrumentó el mecanismos

necesario para el desarrollo experimental y de la investigación en México, principalmente para evitar que los investigadores que habían conseguido becas para irse al extranjero emigraran del país al proporcionar estímulos salariales que mejoraran las condiciones económicas de los investigadores.

A la fecha de la realización de esta investigación, el Sistema Nacional de Investigadores SNI, contaba con el registro de 23,321 miembros activos, de los cuales 4,574 son candidatos, es decir investigadores que no rebasan los 40 años, mientras que el grueso de la población pertenece al nivel I (12,775 miembros). Cabe señalar que solamente 269 miembros del SNI pertenecen al área de las ciencias económicas.

Por otro lado, 4,203 miembros del SIN están adscritos a la Universidad Nacional Autónoma de México, 1,093 a la Universidad Autónoma Metropolitana, 87 a la Universidad Autónoma de Chihuahua y de estos últimos sólo 1 miembro adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración.

La Facultad de Contaduría y Administración de la UACH comenzó el programa Doctoral en el año de 1998, teniendo apenas el primer egresado de la misma en el 2002, a diferencia de otras instituciones en México que tienen más de 50 años generando investigadores, a través de sus programas de Doctorado, un ejemplo de esto es la UNAM y específicamente ANFECA (Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contabilidad y Administración) que se fundó en abril de 1959.

Polémica sobre la científicidad del área económico-administrativa

Una de las limitantes presentes en el cuestionamiento de la productividad investigativa en el área económica-administrativa es el cuestionamiento respecto a su calidad de ciencia.

Cerda (1997) afirma que desde el siglo XIX ha existido una polémica entre los investigadores de las ciencias sociales y los representantes de las ciencias naturales, respecto de la forma de abordar

científicamente el estudio de la realidad. Y a pesar de que con el paso del tiempo se han modificado los términos y contenidos de la polémica, aún sigue vigente e incluso se ha agudizado.

Es importante señalar que el método de investigación en ciencias sociales al igual que concepto mismo de ciencias es un tema polémico en el ámbito del conocimiento científico.

Para Ollivier (2010, pág. 20) las ciencias económico administrativas son dos ciencias estrechamente relacionadas, al punto de que nacieron siendo una sola en la época de los griegos que crearon el vocablo "economía" que significaba la administración (nomos) de la casa (eco). Son consideradas como ciencias sociales, dado que en ambas el centro de estudio es la actividad del hombre y sus organizaciones. Sin embargo dada la extensión del desarrollo de cada una de ellas, se consideran actualmente como dos ciencias distintas pero con una gran vinculación.

Según González Ibarra citado por Bernal (2010, pág. 29) por sus características de disciplina aplicada, la administración no ha desarrollado suficientemente el campo de la epistemología o del conocimiento sobre el conocimiento que le corresponde. Esta situación es similar en la ciencia económica y se está volviendo muy preocupante en los países en vías de desarrollo, porque ello implica una dependencia científica y tecnológica cada vez mayor, pues no están generándose modelos administrativos y económicos propios que respondan a las necesidades específicas de estas sociedades.

Generalmente es aceptado como un hecho que la investigación científica depende de la calidad de las universidades y de las instituciones profesionales y de investigación de cada país, así como también es conocido que la investigación y la producción científica son la propia esencia de dichas universidades. La gran mayoría del esfuerzo del desarrollo científico y tecnológico de un país está intermediado, directa o indirectamente, por la universidad y la actividad académica e investigativa que la misma genera. (Piedra, 2007)

Las publicaciones científicas son la forma de comunicación escrita de los resultados científicos y las metodologías, por tal motivo algunos autores plantean que una investigación solo existe a partir de su publicación analizándola en principio como la forma de generación y transmisión de información básica, vista como documentación, la cual es indispensable para el análisis e interpretación de la trayectoria de la producción científica.

La publicación es un producto natural e indispensable de la actividad científica por lo que, aunque la comunicación informal sea de gran importancia, es por medio de esta que los investigadores garantizan la propiedad científica, el reconocimiento de una forma más amplia por sus pares, así como la reafirmación de su reputación.

Actualmente el conocimiento científico es un capital de gran valor, necesario para elevar los niveles de crecimiento y mejorar las condiciones de vida de un país. Así mismo, la capacidad que tiene un país para difundir la producción científica en medios reconocidos internacionalmente, refleja su liderazgo en el entorno científico y muestra además el potencial de elevar los niveles de desarrollo. (Sepúlveda, 1992).

Por los motivos anteriores ha surgido la necesidad de evaluar el rendimiento de la actividad científica y su impacto en la sociedad con el fin primordial de adecuar convenientemente la asignación de los recursos destinados a investigación y desarrollo. En 1965, Price relacionó el crecimiento científico con el incremento de los documentos generados, y formuló la Ley del Crecimiento Exponencial de la Ciencia. (Price, 1965)

Sancho (1990) denomina a la bibliometría como la ciencia que estudia la naturaleza y curso de una disciplina (en tanto en cuanto que dé lugar a publicaciones), por medio del cómputo y análisis de las varias facetas de la comunicación escrita. El análisis bibliométrico es un método documental que ha alcanzado un importante desarrollo durante las tres últimas décadas. Sus objetivos principales son, por

una parte, el estudio del tamaño, crecimiento y distribución de los documentos científicos y, por otra, la indagación de la estructura y dinámica de los grupos que producen y consumen dichos documentos y la información que contienen. (López, 1997)

Factores relacionados con la producción científica

La producción científica a nivel mundial es importante por motivos de avances tecnológicos, sociales e inclusive económicos, sin embargo el nivel de esta producción varía considerablemente entre países e inclusive existe variación en el volumen producido dependiendo de la rama de la ciencia, esto ha llevado a identificar el porqué de estos comportamientos, dando como resultado varios factores que alientan o inhiben a la producción científica.

Parra (2009) estudió los factores relacionados con la producción científica en Lima Perú, enfocado específicamente a los que afectan a los médicos gastroenterólogos, entre los factores encontrados se encuentra la docencia, debido a que las universidades en donde se ha hecho el estudio tienen como sistema de evaluación de los profesores la cantidad de publicaciones. Asimismo un sesgo de la producción científica fue el bajo conocimiento que se tiene en metodología de la investigación.

El estudio de Parra también arrojó factores tales como las “facilidades para la investigación” dentro del área de trabajo. El pertenecer o ser miembro de una sociedad científica también alienta a la publicación en gran medida, inclusive el estar suscritos a revistas de carácter de investigación y científicas también la fomenta. Los múltiples trabajos y la carga excesiva laboral también ha resultado un factor inhibitorio importante.

Por su parte Mendoza (2012) fue aún más específico clasificando en 2 partes los factores que afectan a la producción científica en Perú, él los divide en factores facilitadores y bloqueadores, dentro de los primeros encontramos a las vinculaciones con el exterior, disciplina, entrenamiento, enfoque, interacción multidisciplinario, conformación de equipos mientras que en los segundos se encuentran la carga lectiva y fondo editorial desprovisto de recursos.

Consejo Nacional de Ciencias y Tecnología (CONACYT)

El CONACYT es un organismo público descentralizado responsable de elaborar, fomentar, coordinar y articular las políticas de ciencia y tecnología en México con el objetivo de promover el desarrollo y el fortalecimiento de la investigación aplicada y la innovación para atender las más urgentes necesidades sociales y ampliar las perspectivas del sector productivo, haciendo posible, como consecuencia la elevación de la calidad de vida de la sociedad.

MÉTODO

La presente investigación es de naturaleza mixta, aplicada, de alcance descriptivo, de campo con apoyo bibliográfico, el diseño de la investigación es no experimental, transeccional, utilizando el método analítico-sintético, Se trabajó con una población de 630 profesores adscritos a la Facultad de Contaduría y Administración, de los cuales 83 (en promedio) son profesores de tiempo completo PTC, categoría que impone la función de investigación como parte del rol del académico, para lo cual se encuestó una muestra de 63 profesores equivalente al 75.90% de los PTC a quienes se aplicó un cuestionario diseñado exprofeso para la investigación además de realizar entrevistas (cara a cara) a los miembros de los Cuerpos Académicos (9 doctores). El estudio se desarrolló de julio de 2014 a mayo de 2015.

RESULTADOS

Con base en el análisis de la información recabada tanto de la aplicación de la encuesta a los profesores de tiempo completo adscritos a la Facultad de Contaduría y Administración, como de

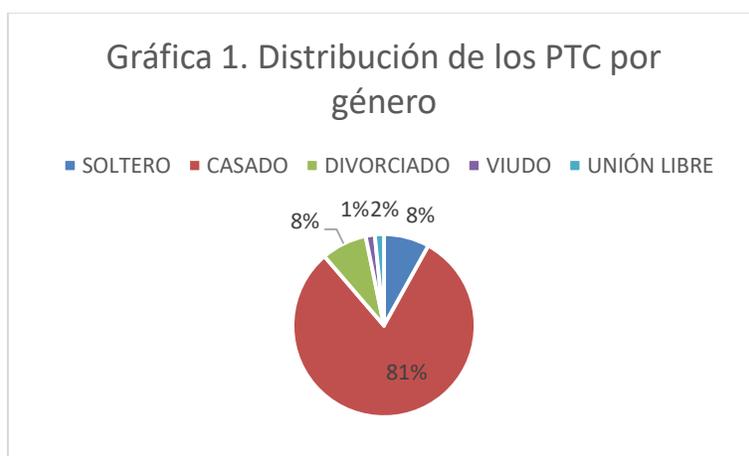
las entrevistas, cara a cara, a los miembros de los Cuerpos Académicos se presentan los siguientes resultados:

De un total de 630 maestros, que en promedio atienden a la matrícula que semestralmente alcanza niveles superiores a los 7,000 alumnos (considerando licenciatura y posgrado) en promedio 83 de ellos poseen la categoría de Profesor de Tiempo Completo PTC, el cual presenta además 6 niveles diferentes que van del Académico Asociado A, que es la categoría más baja, hasta el Académico Titular C, que representa el mayor nivel dentro dichos nombramientos. Para la presente investigación se logró encuestar a 67 maestros, de los cuales solamente 63 cuestionarios resultaron válidos, en cuento a su contenido.

El **género** masculino representa el 56.5%(39 profesores) de la plantilla de PTC, mientras que el 33.3% restante corresponde al género femenino.

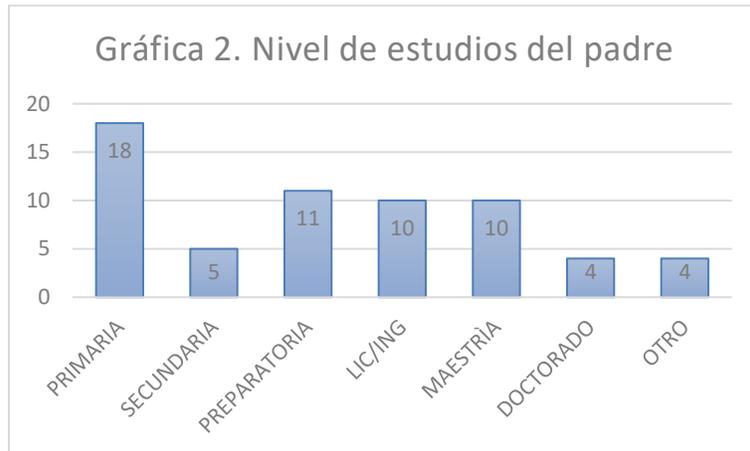
La **edad promedio** de los Profesores de Tiempo Completo PTC, adscritos a la Facultad de Contaduría y Administración es de **55 años**, siendo 42 años el maestro de menor edad y 71 años el maestro de mayor edad.

Como se puede apreciar en Gráfica 1, el 81% de los PTC son casados.



Tratando de encontrar alguna correlación entre los datos sociodemográficos del PTC, se cuestiona sobre el nivel de estudios de sus padres. Como se aprecia en la Gráfica 2. El 26% de

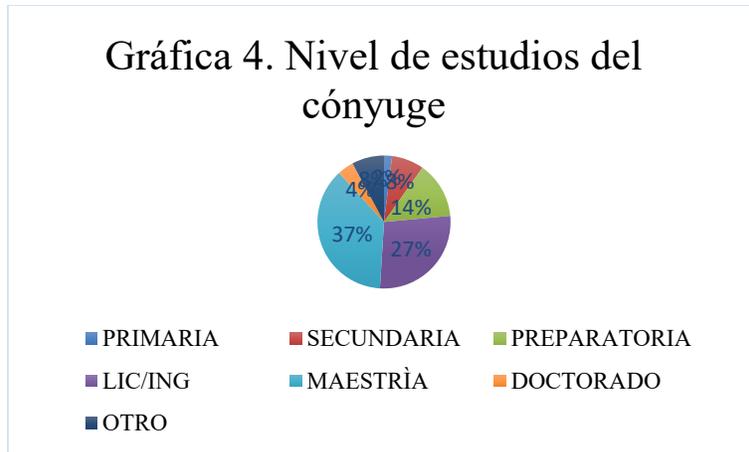
los profesores, es decir 18 de ellos afirman que su padre cuenta con estudios máximos de nivel primaria, mientras que como se aprecia en la Gráfica 3, el 42% de las madres de los PTC (es decir 29) cuentan con un nivel máximo de estudios de primaria.



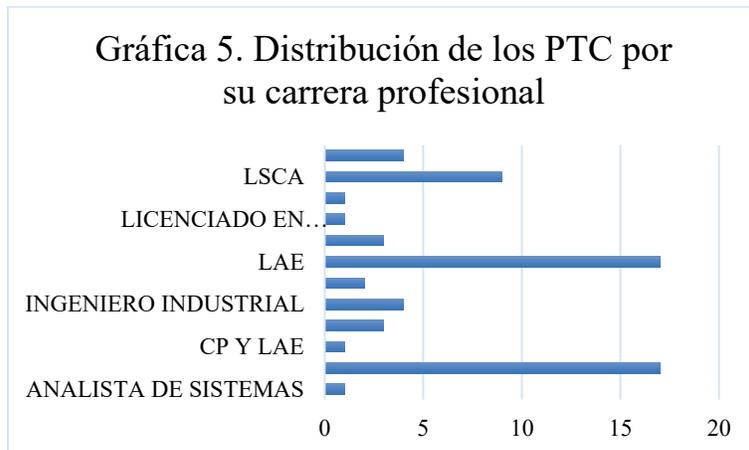
Cabe señalar que menos del 6% de los padres de los PTC cuentan con un doctorado y sólo el 2.9% de las madres de los PTC están en esta situación, como se puede apreciar en la Gráfica 3.



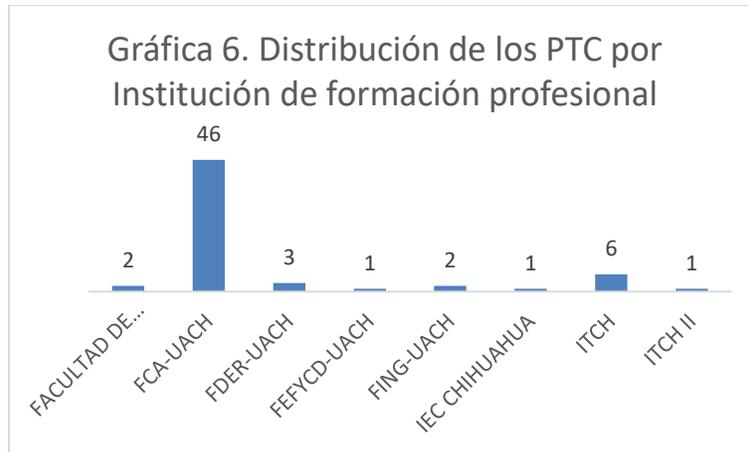
Por otra parte, del 81% de los PTC que afirmó estar casado, es decir, 50 profesores, el 37% de sus parejas poseen un grado de maestría y el 27% cuenta con una licenciatura. Lo que refleja un comportamiento contrario a lo que sucede con los padres de los PTC.



Al cuestionar al PTC respecto de su formación profesional, según se puede observar en la Gráfica 5, el 24.6%, es decir 17 PTC son Contadores Públicos de profesión. De igual manera, el 24.6% son Licenciados en Administración de Empresas y el 13% son Licenciados en Sistemas de Computación Administrativa. Todos ellos egresados de la misma Facultad.



En la Gráfica 6 se puede apreciar la Institución de Educación Superior de la cual egresaron los PTC en su formación profesional. Como se observa arriba del 74% (46 PTC) egresó de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua, donde a la fecha prestan sus servicios docentes.



En la Gráfica 7 se observa que el 39.1 % (27 PTC) cursaron el programa de la Maestría en Administración ofrecida por la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua, donde a la fecha prestan sus servicios docentes, destacando el hecho de que solo un PTC cuenta con una maestría en Reproducción Animal que no se relaciona con ninguna de las áreas del conocimiento que atiende esta Dependencia de Educación Superior.

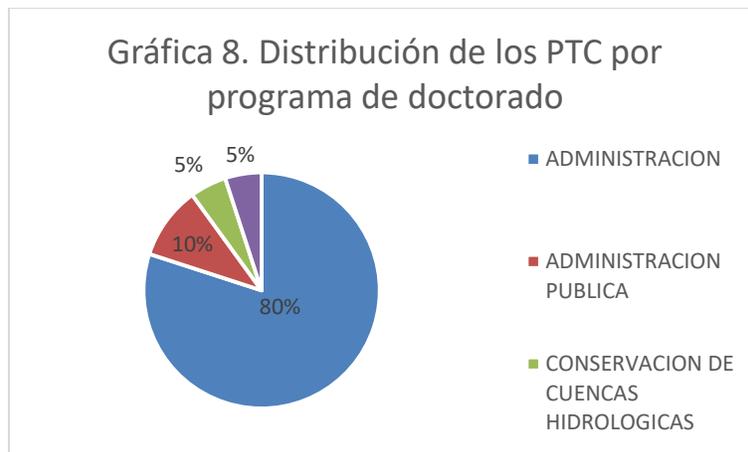


En relación a los estudios de nivel maestría, cabe destacar que 61 de los 63 PTC encuestados, cuenta con maestría, lo que representa cerca del 90%, resaltando el hecho de que cursó sus estudios de posgrado en universidades públicas, de las cuales sólo 3 de ellas son extranjeras, mientras que 60 son nacionales.

El 66.7% (46PTC) contó con una beca para cursar sus estudios de maestría, de los cuales el 50.7% fue proporcionada por la misma institución, como una prestación laboral, mientras que sólo el 2.9%, es decir 2 PTC contaron con una beca procedente de CONACYT.

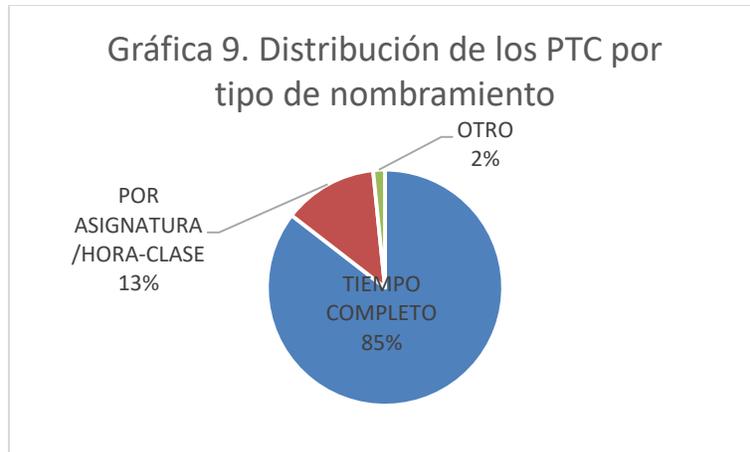
En cuanto a los estudios de doctorado, el 30.4% de los PTC, es decir 21 profesores cuentan con estudios de doctorado. Como se observa en la Gráfica 8 de los PTC con estudios de posgrado, cursó el programa doctoral de Administración que ofrece la Facultad de Contaduría y Administración, institución para la que actualmente presta sus servicios docentes.

El 61% de los PTC contó con una beca para cursar su programa doctoral procedente de la misma institución, solamente uno de ellos contó con una beca PROMEP para tal fin.



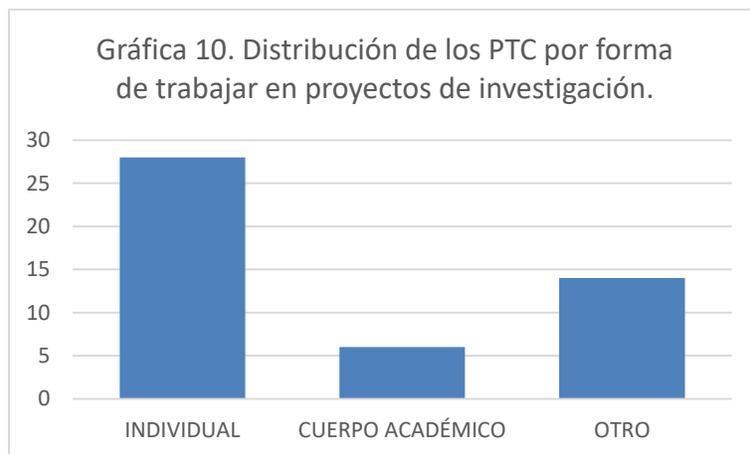
De los 63 encuestados el 98% presta sus servicios docentes exclusivamente para la Facultad de Contaduría y Administración, solamente uno de ellos además imparte clases en la UNIDEP.

Como se aprecia en la Gráfica 9, el 85% de los encuestados cuenta con el nombramiento de Profesor de tiempo completo, con una antigüedad promedio de 24.39 años, siendo 3 años la antigüedad mínima y 42 años la máxima.

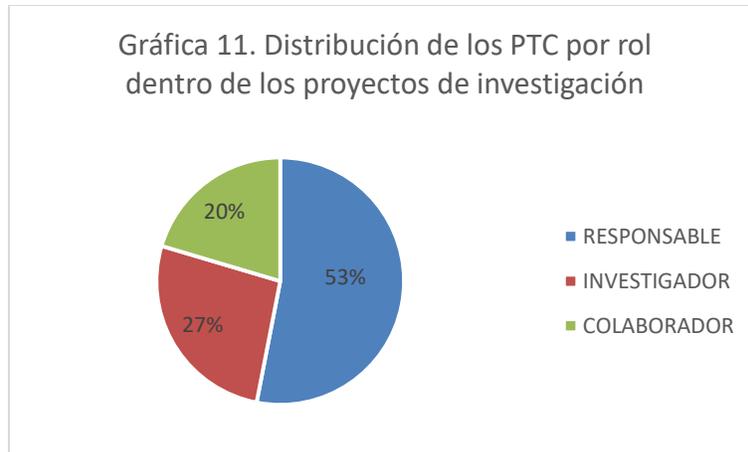


Los profesores encuestados dedican en promedio 19.30 horas a la docencia frente a grupo, mientras que solo dedican, en promedio 4.84 horas a la investigación.

Respecto de la manera en que participa el PTC en los proyecto de investigación, en la Gráfica 10 se puede ver como la mayoría, es decir el 58% de ellos, trabaja de manera individual y sólo el 13% lo hace agrupado en Cuerpos Académicos. Afirmando además que, en promedio, desarrollan entre 1 y 2 proyectos de investigación al año.



Al cuestionarles respecto del rol que juegan dentro de los proyectos de investigación se obtuvo lo que se puede apreciar en la Gráfica 11, el 53% de los PTC afirma actuar como responsable del proyecto, mientras que el 27% funge como investigador y el 20% restante como colaborador.



El 62.3% (42 PTC) cuenta al momento del estudio con el Perfil Deseable Prodep, el resto afirma no contar con este reconocimiento, aunque el 52.2% de ellos afirma si haberlo solicitado aunque no lo obtuvieron.

Asimismo el 59.4% de los encuestados cuenta, al momento del estudio con la Beca al Estímulo al Desempeño Docente.

Cabe señalar que sólo el 4.3%, es decir 3 PTC afirman pertenecer al SNI, en el nivel I.

El 39.1% de los PTC afirma desarrollar labores productivas externas a la Facultad, mientras que el 50.7% (35 PTC) prestan sus servicios de manera exclusiva para la Facultad.

Cabe señalar que quienes complementan su labor de docencia con la práctica en el mercado laboral, realizan principalmente tareas de asesoría o consultoría o cuentan con su despacho propio.

Al cuestionar a los encuestados que realizan investigación, respecto del destino del producto de sus proyectos, se obtiene lo que se puede observar en la Gráfica 12, el 59% de los PTC utiliza estos productos para publicar artículos en revistas indexadas, seguido de la elaboración y presentación de ponencias en congresos nacionales e internacionales con un 10%, destacando que el 21% de los PTC que realizan tareas de investigación no hacen nada con el producto de sus proyectos.



Finalmente al abordar a los PTC respecto de los factores que inhiben y alientan las actividades de investigación en su Facultad, los factores que inhiben la investigación, que más se mencionan son:

1. La excesiva carga académica (frente a grupo)
2. La falta de apoyos (recursos) de todo tipo, principalmente económicos
3. La falta de capacitación formal en cuestiones de Metodología de la investigación.
4. La falta de motivación.
5. La falta de acceso a las empresas para realizar los proyectos

Por otro lado, los factores que pueden alientan el desarrollo de proyectos de investigación que más mencionan los PTC encuestados son:

1. Tener perfil de investigador
2. La motivación personal
3. Poder aspirar a un mayor nivel en la Beca al Estímulo al Desempeño Docente
4. La posibilidad de descargarse académicamente.
5. Ofrecer cursos de capacitación en cuestiones metodológicas

CONCLUSIONES

Con base en el análisis de los resultados anteriores se presentan las siguientes conclusiones:

Dando seguimiento a lo expresado por Piedra (2007) en nuestro país, generalmente es aceptado que la investigación científica depende de la calidad de las universidades.

Asimismo la investigación y la producción científica son la esencia de dichas universidades. La gran mayoría del esfuerzo del desarrollo científico y tecnológico de un país está intermediado, directa o indirectamente, por la universidad y la actividad académica e investigativa que la misma genera, de aquí la trascendencia del presente trabajo que en primera instancia permite caracterizar a profesores investigadores de la Facultad de Contaduría y Administración respecto de su perfil investigador y su práctica cotidiana de esta función.

Generar conciencia acerca de las oportunidades y amenazas que representa la investigación científica para las Instituciones de Educación Superior, e identificar las fortalezas y debilidades de las mismas en la materia, genera enormes posibilidades de responder con éxito a estos retos.

Por lo que la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua precisa: redefinir la forma en que los maestros de tiempo completo enfocan sus actividades, descargando horas-docencia para dedicarlas a la investigación; realizar estudios de competencias y habilidades a la plantilla de maestros para aprovechar el perfil de investigadores que poseen algunos PTC; capacitar a los maestros de tiempo completo con perfil hacia la investigación; dar mayor difusión de los diferentes mecanismos de apoyo y financiamientos externos; y buscar la participación activa de los estudiantes de posgrado (maestría y doctorado) con investigadores nacionales o extranjeros en laboratorios especializados para investigación y en empresas que tengan el enfoque de producción científica.

BIBLIOGRAFÍA

- Amaya, P. (2000). *Colombia, un país por contruir*. Bogotá, Colombia.: Universidad Nacional de Colombia.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson.
- Biglan. (1973). *Scribd*. Obtenido de www.scribd.com: <http://www.scribd.com/doc/37365870/Analisis-comparativo-del-concepto-produccion-cientifica-entre-docentes-universitarios-y-organismos-evaluadores>
- Bunge, M. (2000). *La ciencia, su método y su filosofía*. Buenos Aires: Grupo Patria Cultural.
- Bunge, M. (2007). *Diccionario de Filosofía. 4a. ed.* México: Siglo Veintiuno.
- Cerda, H. (1997). *La investigación total. La unidad metodológica en la investigación científica*. Bogotá, Colombia: Mesa Redonda.
- Chaparro, F. (2000). *Innovación y cultura de las organizaciones en tres regiones de Colombia*. Santafé de Bogotá, Colombia: Colciencias/ Corporación Calidad.
- Conacyt. (2014). Obtenido de Conacyt: <http://www.conacyt.mx/>
- Fernández, M. (2002). *La formación de investigadores en España*. Madrid, España: COS-Siglo XXI.
- Gaillard. (1989). *Sociedad De Pediatría*. Obtenido de <http://www.sccalp.org/>: http://www.sccalp.org/boletin/200/BolPediatr2007_47_092-110.pdf
- Gómez, V. (2000). *Cuatro temas críticos de la educación superior en Colombia, Universidad Nacional de Colombia*. Bogotá: Alfaomega.
- González, I. (1995). *Universidad Complutense Biblioteca*. Obtenido de <http://biblioteca.ucm.es/>: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/X/3/X3023101.pdf>
- Gonzalez. (1997). *Asociación de Pediatría*. Obtenido de www.sccalp.org: http://www.sccalp.org/boletin/200/BolPediatr2007_47_092-110.pdf
- Gonzalez, I. (1995). *Universidad Complutense Biblioteca*. Obtenido de <http://biblioteca.ucm.es/>: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/X/3/X3023101.pdf>
- González, R. (2013). *Trata de Personas*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Kliksberg, B. (1979). *El pensamiento Organizativo: Del Taylorismo a la Teoría de la Organización*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Kliksberg, B. (1990). *El pensamiento organizativo*. Buenos Aires: Tesis,.

- Krohling, K. (11 de junio de 2003). *Boletín ALAIC*. Recuperado el 19 de octubre de 2014, de Boletín ALAIC: <http://www.eca.usp.br/alaic/>
- López. (1997). *Asociacion Espanola de Pediatria*. Obtenido de www.aeped.es:
<https://www.aeped.es/sites/default/files/anales/47-3-3.pdf>
- Lotka. (1992). *Asociacion Espanola De Pediatria*. Recuperado el 2014, de www.aeped.es:
<https://www.aeped.es/sites/default/files/anales/47-3-3.pdf>
- Mendoza Arana, P. J. (3 de julio de 2012). *redalyc*. Recuperado el 10 de Octubre de 2014, de [redalyc](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96625202002):
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96625202002>
- Ollivier, J. y. (2010). *Trabajos de investigación en ciencias económico administrativas*. Chihuahua: Textos Universitarios Universidad Autónoma de Chihuahua.
- Parra, P. (2009). Factores Relacionados con la Producción. *Producción Científica De Los Médicos Gastroenterólogos*, 226-233.
- Pascual, O. (1995). *Los estudios de doctorado en España*. Madrid, España: Tesis doctoral.
- Pascual, O., & Fernandez, M. (1995, 2002). *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el octubre de 2014, de [Redalyc.org](http://www.redalyc.org):
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11502504>
- Piedra Salomón, Y. (2007). Producción científica. *Ciencias de la Información, Vol. 38, No.3. Instituto de Información científica y tecnológica. La Habana, Cuba*, 33-38.
- Polanyi, M. (1962). The Republic of Sciece: its political and economic theory. Pag 54-73. Recuperado el octubre de 2014, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11502504>
- Price, D. (1965). *Asociacion Espanola de Pediatria*. Recuperado el Octubre de 2014, de www.aeped.es:
<https://www.aeped.es/sites/default/files/anales/47-3-3.pdf>
- Rios, G. C. (2005). La Producción Científica Latinoamericana Y La Ciencia Mundial. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 43-61.
- Rip, A. R. (1988). Implementation of Science Policy Priorities. *Science Policy Support Group, Concept Paper núm. 2*.
- Rip, A., & Hagendik, R. (1988). *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el Octubre de 2014, de [Redalyc.org](http://www.redalyc.org):
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11502504>
- Sánchez, G., & Espinosa, M. (enero-junio 2005). Algunos problemas en la formación de investigadores y en el ejercicio de la investigación. *Quivera*, 358-378.
- Sancho. (1990). Indicadores bibliométricos utilizados en la evaluación de. 842-865.
- Sepúlveda. (1992). *Memoria Académica*. Recuperado el noviembre de 2014, de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/>:
<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.361/te.361.pdf>

Spinak, E. (1996). *Diccionario enciclopédico de Bibliometría, Cienciometría e Informetría*. Caracas: UNESCO.

Trinidad, R. A.-L. (2003). La Producción Científica En Las Universidades Andaluzas. *La Producción Científica En Las Universidades Andaluzas*”, presentado por Antonio Trinidad Requena, Gloria Jiménez Lucena y *Revista de Estudios Regionales*, 131-159.



CONSUMER BEHAVIOR AS AN ADVANTAGE

Lizbeth Esquivel Aguilar.
Facultad de Contaduría Pública y Administración.
Apodaca, N.L., Ciprés #214, Los Encinos.
liiz.esquivel@hotmail.com
Mexicana.

Carolina Véliz Reyna.
Facultad de Contaduría Pública y Administración.
Monterrey, N.L, Neptuno #894, Contry.
Carolinavr_96@hotmail.com
Mexicana.

Martin Alejandro Rodríguez Chapa.
Facultad de Contaduría Pública y Administración.
Guadalupe, N.L., Jardines de Toledo #7836, Jardines de Andalucía.
m.alejandro.rdz@gmail.com
Mexicana.

Ruth Yamilet Cortés Sánchez
Facultad de Contaduría Pública y Administración.
San Nicolás de los Garza, N.L., Sierra de Lagunillas #200, Rincón de las Puentes.
ruuthcoortees@hotmail.com
Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 07/Mayo/2015

Summary

Organized new developing company may face challenges to start in a new market environment, where the decision planning would take place. Our goal is to get as much customers as we can, so it's important to give them what they want with the service they expect, so it's of great importance to have quality, the customers can trust in the company, the product they offer has quality, so they'll want to purchase what the company has to offer; but isn't just about the quality, it's also about the price, the customers always want the less expensive item, so it's important to make a balance of how much it cost to produce the product and how much the customer it's willing to pay, to archive the most convenient cost. That's why we analyzed and structured the best strategies to get our market under control and take advantage of our customer behavior.

Keywords

- **Consumer Behavior:** The study of individuals, groups, or organizations and the process they use to select what is it that they are going to consume.
- **Marketing:** The activities that are involved in making people aware of a company's products, making sure that the products are available to be bought, etc.
- **Price Competitiveness:** Pricing goods or services so that they are competitive with the prices of other companies
- **Quality:** A measure of excellence or a state of being free from defects, deficiencies and significant variations.

Introduction

In this paper, we are going to introduce you into the world of business. We are going to explain the advantages and disadvantages about the consumer behavior that would help you in a future with your decisions. You will be able to understand different characteristics that could be useful in your business life. We are going to explain how to challenge with different situations that may appear when you handle a medium size business and how to manage these situations and solve them.

Theoretical Framework

The problem that the company has is with the consumer behavior, because this is a new company, the consumer does not trust the product nor the company given that they do not know much about the quality nor the service that the company has.

The consumer behavior is about studying individuals, groups, or organizations and the process they use to select what is it that they are going to consume. The consume behavior uses ideas from some of the sciences like psychology and economics.

The economics because of the consumer financial status, what is affordable for them, the amount of the products they can consume or the kind of brand they prefer to purchase from or the one they can afford, also the demand the product has and its utility, and the cost minimization and the cost function.

The psychology because how the consumer feels and thinks about the product and what they prefer and the reason of why they prefer a specific brand or product itself; the psychology of how the consumer is influence by their environment; the limitation of knowledge about a certain product, and how the companies adapt and improve their marketing campaigns; this last is the one that affects more the company.

Given that, as it is mentioned before, the consumers does not trust nor know well the company and its product, it is needed that the potential customers know about the product the company offers and trust it; trust that it is a quality product and that the company has a good service, so it is of great importance to know the expectations that the consumers and potential customers have

about the product the company offers and the service that it is given with it; so it is necessary to start from there.

To know what the customers the expectations of the product and service it is useful to ask them, to do a research about this and with the answerers that are given create the environment that the customers expect of a good service, having the service they want and expect the next step is give them the product they desire and expect, with a good quality and the aspects the customers need and want, and as strategy, also given them what they do not even know they want or need, that when they see that the product they need has other useful tool it will make them want the product even more.

Now that the product they have and need is ready, the next step is that make the consumer know that the company has the product they are looking for, and it even has more tools. To make the consumers know about the product is it important how the company improves and adapts the marketing campaigns; they have to be attractive to the consumer, so when they see it they'll want the product, make them feel that they need it even more than they actually do.

Doing the marketing campaigns, show the service that it is offer by the company, the service that was told by the customers that they want and expect from the company and also show the quality of the product, make the customers trust the company and that the product has the aspects and tools they want in it with a good quality.

And finally, do a research to know how much the consumers are willing to pay for the product, and make a balance on how much it cost to produce it and how much the consumers are willing to pay for it, so the company can have a good price for the product.

After having completed all the necessary aspects to make the product what the consumers' needs and desires, the last thing to do is make a relationship with the consumer to create loyalty, now that they know about the product, the company has all the necessary tools to create that loyalty relationship and preserve it to the customers.

Method

Price: The method is about keeping standard prices, good prices, not too low (taking care of earnings) but not too high, to ensure that a lot of customers can buy the products and they can try it and decide to stay with the company, even if it is a new one.

Quality: The quality is going to be good, where the customer has to feel comfortable with the product, identify himself or herself with the actual product, making them feel that they need it, that they cannot live without the product even if it is not real, recommending with their families, social circles, neighborhood, etc. and then in a future, when the firm decides that they have enough loyal customers, they will maintain the same quality but they'll increase prices, the customer is going to decide to stay with the new company instead of staying with the previous.

It is all about loyalty to the company because when a customer prefers your product or brand they will be always with you and of course you need to offer a good quality product to maintain that loyalty.

Results

When we talk about a developing company, it starts with several changes in order to enter in a new market, dynamic decisions result greatest solution in the movement of firm's areas. However, going through competitiveness research had given us an opportunity to open the way where fulfill the need of our customers becomes our first achievement. Step by step the actual state had been increasing based in specialize structure methods applied over the market competitiveness situation.

Every action is concluded by a reaction. Based in this phrase, firm's methods were analyzed, with amazing favorable results. Delegated competitiveness prices for each product, have had a great result, excellent feedbacks from costumer; reachable prices began giving less result as they thought, but people experimenting company's fabulous prices, brought Firm's entrance to the market and soon enough returning remunerable profits. These greatest results were allocated knowing prefect strategies, getting people becoming loyal customers in Firm's advantages, raising the results in an excellent percentage. Bringing absolutely good incomes, Firm's decided to stay in a constant strategy; not giving lowest prices allowed to get greatest investments in the quality area. Consumers realize that our performance is categorized as the best market option.

Investing in the quality of our products make customer to feel confidence. This rise Firm's sells above what we expect, not only returning the money spend, but to actually get more production in Firm's market. While we get more customers, company started investing in more quality products, which make our prices to rise up. As a result; more quality products call more qualified customers, to pay this excellent new prices opening a throughout for company's goals in market.

Conclusion

Firm's actual strategies breaks new patterns when applied changes in prices, qualities and product achievements in the market. As a potential competitive firm, it is not easy to attack the market with a new developing company. That's why we check costumer behavior with the changes in prices. Starting in a new market, it's a classic to start under other companies competitive prices to call people's attention, as a new brand. We decided to get good reachable prices, not too low nor high, This strategy allow company to extend its ways to the market place, reaching other companies with greatest prices, based on investing for quality to applied better products, and at the same time better customer.

This grate quality in the firm's product make customer to trust the accurate good prices, making them feeling sure of themselves, by choosing a great option. Unconsciously our products became a need in people purchases, working to get what we sell. While this happens the prices of products start rising up to invest in the same needed quality for customer's daily purchases.

Using the Company's advantages for impact the market, allow us to get into people needs. Taking advantage of people's behavior in our company's changing prices, we may forecast new investments in the future, dedicating time to establish advertising of new prices products with actualizations for been enough competitive for market areas.

Bringing new quality products, services and excellent prices, we took people's behavior in our advantage to fulfill their needs and at the same time, get the same profit to firm's future investments.

The consumer behavior is a very important tool for a company to succeed, being that the customers make a business work; you have to know your customers, what they want, what they need, how much are they willing to pay for a product, what they can afford, what they cannot afford, the environment that it surround them, the economic status they have, as other factors that affect the consumers

It's important not only know the consumers aspects, but also the aspects of the product that it is being handle, like the demand and utility of that specific product, the cost that are being manage for the product, and how other aspects of the economy and different areas affect the product and the company.

For the students, like ourselves, it is of great importance to know all this information to make us see, how the business world, operates and how the companies handle all the situations they go throw; like this company, how they can solve their problems and how they grow from them; it is an experience that will make easier for us to handle when we found ourselves in a similar situation.

How to deal with different problems about our pricing and methods used to hold clients with us. It is not hard to understand that keeping our clients happy could make our work easier. We need to know what they want and we need to give it to them, so when we need to modify something like the price or product they will stay with us.

Practically our work is to make the clients feel comfortable with our job, making them not to move to another brand.

We have been studying this Project and I noticed that doesn't matter if the company is a small one or big one, neither if it is new or it has a 100 years working in the market, the most important thing is the consumer opinion, the success always orbit around what do they need, feel, want, think, also the opposite and so on, a company is a company because of the customer, if they are not agree with your product or service, you are going to lose a lot of material, time and, money.

That is why this company uses a method relating to the price and quality to attract and motivate people to try their products and convince them to leave the brand that they used to choose and change it for a new one,

Is a good method to achieve loyalty from the consumers, but it doesn't mean that in all the cases this method is going to have good results, the company needs to study the different strategies of your competitors and what do they offer to the customers and how you can make it better.

As we mentioned in this project, if we want your customers to buy your products constantly, without thinking, is to make them believe that life does not exist without your service or product, but in real life is not a vital need, at the end they have the final decision.

The consumer behavior is something that we use every day, from the time we woke up, until we go to sleep. We use the same brands as our parents or grandparents, or maybe we are influenced by our friends, using the newest iPhone, the expensive brands, the same model or backpack, etc.

We need to study every part of the consumer, and the way they shop.

The study of consumer behavior can help us understand the business of marketing and can also result in us being better-informed consumers.

We need to examine the product that we are offering and need to know the process that consumers acquiring it in order to satisfy their needs and desires. Also we need to understand that consumer behavior is not just about tangible products, it also help us to understand how consumers pursue activities, such as attending a gym, travels, services etc.

Bibliography

What is Consumer Behavior? - Marketing Teacher (Marketing Teacher)

<http://www.marketingteacher.com/what-is-consumer-behavior/>(Merriam-Webster)

<http://www.merriam-webster.com/dictionary/marketing>

Pioneers in dictionary publishing since 1819 (Definition of “price competitiveness”)

<http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/price-competitiveness>

What is Quality? Definition and meaning (BusinessDictionary.com)

<http://www.businessdictionary.com/definition/quality.html>

Consumer Behavior: The Psychology of Marketing (Consumer Behavior: The Psychology of Marketing)

Deaton, A., &Muellbauer, J. (1980).Economics and consumer behavior. Cambridge: Cambridge University Press.

Psychology Today. (n.d.). Retrieved April 19, 2015, from

<https://www.psychologytoday.com/basics/consumer-behavior>

Basics Marketing 01: Consumer Behaviour (Google Books)

<https://books.google.com.mx/books>



LOS SERVICIOS Y LAS PROMOCIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE TABASCO

Andrés Guzmán Sala.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Calle Coba 14, Fracc. Lagunas I. Villahermosa, Tabasco. C.P. 86019.

Email: andres.guzman@ujat.mx

Armando Mayo Castro.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Calle José María Graham Pons 111, Colonia Reforma, Villahermosa, Tabasco. C.P. 86080.

Email: armando.mayo@ujat.mx

Beatriz Pérez Sánchez.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Calle Tabasco No. 115 Col. Gil y Saénz, Villahermosa, Tabasco. C. P. 86080.

Email: beatrizperez10@hotmail.com

Fecha de envío: 20/Abril2015

Fecha de aceptación: 05/Mayo/2015

Resumen

Estudio cuantitativo, descriptivo, transversal de los servicios y las promociones de los establecimientos hoteleros, restaurantero, y transporte en el turismo del Estado de Tabasco. Los turistas perciben el nivel de calidad de los servicios y promociones ofertados en los establecimientos turísticos, donde es posible realizar mejoras. Por tanto, se aplicó una encuesta a una muestra de 271 usuarios turísticos cuyo nivel de confianza fue del 90% con un margen de error de 0.1. El instrumento utilizado fue un cuestionario tipo escala Likert con cinco niveles: pésimo, malo, regular, bueno y excelente. Los resultados revelaron que en términos generales los tres establecimientos presentan resultados favorables, sin embargo es necesario poner atención al

transporte de turistas cuyo nivel está muy por debajo de los otros dos tipos de establecimientos en estudio.

Introducción

Los establecimientos de servicios juegan un rol preponderante en el desarrollo de la actividad turística, en donde integrados en diferentes ramas de la economía, estos actores brindan al turista los satisfactores necesarios durante su estancia en un determinado destino. En hechos, la estructuración de la oferta depende en gran medida de la participación de estos actores quienes son los responsables maximizar los atributos del llamado “producto compuesto”. Esta combinación de bienes no sería posible sin la participación de los establecimientos tales como hoteles, restaurantes, transporte, agencias de viajes entre otros, considerados como los principales actores de los servicios turísticos de desarrollo de un destino. Así, un lugar por insignificante que sea requiere de una infraestructura de servicios a la altura de las exigencias de los turistas quienes perciben el nivel de calidad en los servicios turísticos ofertados.

La importancia de esta investigación radica en los valiosos aportes al conocimiento del fenómeno turístico, respecto del servicio y promoción en los establecimientos turísticos, tales como hoteles restaurantes, y el transporte de turistas en el Estado de Tabasco en México, afín de identificar el verdadero nivel respecto a éstas dos variables. Tabasco participa en el mundialmente conocido mundo maya, y es poseedor de un fuerte potencial turístico, sin embargo no alcanza a explotar las oportunidades del turismo, en donde interactúan 1227 establecimientos de servicios, compuesto por hospedaje 35%, restaurantes 63%, transporte 2%. Su potencial turístico se hace patente en aproximadamente 100 atractivos a visitar en lo largo de su territorio.

El objetivo de esta investigación consiste en estudiar los servicios turísticos considerando los servicios y las promociones ofertados establecimientos anteriormente mencionados que operan en el Estado de Tabasco, con la finalidad de detectar como éstos son percibidos por los turistas.

Marco Teórico

De acuerdo a la teoría económica sobre el turismo, el producto turístico es un bien complejo que se distingue de los otros productos desde el punto de vista que presenta múltiples dimensiones. Es en efecto, una combinación más o menos compleja de bienes y servicios que son ofertados por los diferentes sectores de actividades tales como el transporte, el hospedaje, la restauración, la diversión, los espectáculos, el deporte, y las empresas de viajes que buscan satisfacer las necesidades y deseos de los turistas (McIntosh, Goeldner, & Ritchie, 2001). En este sentido, Sancho-Pérez, Cabrera-Borrás, García-Mesanat, & Pérez-Mira, 2001) definen la oferta turística como el conjunto de productos turísticos y de servicios puesto a disposición del usuario turístico por una destinación. El turista consume uno a uno los componentes de una estancia turística en donde la utilidad global del producto es difícilmente sentida de manera directa y el consumo que es determinado por su duración, es un consumo secuencial. Así, los componentes tales como la rama hotelera, restaurantera y el transporte turístico juegan un rol crucial en la utilidad global del producto turístico (Caccomo & Solonandrasana, 2001).

Los productos turísticos se diferencian de los otros productos, del hecho que para ser consumidos requieren que los consumidores vengan hacia ellos, estos no pueden ser almacenados, ni enviados al domicilio del consumidor (Archer, 1977). Es por eso que se exige que los componentes de la oferta turística de un destino, tengan las características capaces de lograr que los turistas-consumidores se sientan atraídos hacia él. Esta situación ha obligado a algunos

establecimientos a la utilización de las herramientas promocionales como una solución al problema de la baja frecuentación en los hoteles y los demás establecimientos de servicios. La utilidad de la promoción radica en el hecho de estimular las ventas y junto con la publicidad hacer atractivos los productos-servicios. Las promociones permiten incentivar las ventas del producto hotelero, sobre todo el producto-habitación, y ayuda a solucionar los problemas de la baja frecuentación (Belch & Belch, 2005).

La influencia de la publicidad sobre la demanda de un producto es uno de los pilares en una economía de libre mercado. El turismo es un producto y como tal requiere las correspondientes cantidades publicitarias y promocionales para su comercialización, siendo de gran importancia la selección del mensaje y el destinatario de la campaña publicitaria. El Estado y los responsables de la administración turística son conscientes del gran poder y fuerza que ejerce la publicidad sobre el producto turístico (Orte-Bermúdez, 1997)

Aunque ciertas destinaciones turísticas hayan sido privilegiadas gracias a sus atracciones y localizaciones, la falta de un servicio soporte adecuado puede afectar la decisión del turista en su elección del lugar donde pasar sus vacaciones. El turista puede hacer la diferencia entre las experiencias relacionadas a las atracciones turísticas (Peak Touristic Experiences) y aquellas que sirven de soporte a esas atracciones o atractivos turísticos, como las ramas restaurantera, hotelera y transporte turístico (supporting Consumer Experiences), dicho de otra manera las (actividades primarias) y las (actividades de soporte) (Solima, 2005). Entonces, la ausencia o escasa visita a un destino turístico, puede estar estrechamente relacionada con la falta de productos y/o servicios a la altura de las expectativas de los consumidores. La preparación de la oferta turística requiere de enormes inversiones que el gobierno y los empresarios deben realizar asumiendo los riesgos y costos (Wandner & Van Erden, 1980 en Fong-Lin, 2003).

Tabasco y sus productos turísticos no está exento de esta problemática, los turistas que llegan a Tabasco, casi siempre están de paso y esto puede ser debido a la falta de una oferta adecuada que atraiga y retenga al turista por más tiempo, ya que su estancia es muy corta, en promedio de 1.6 días para los turistas nacionales y 1.4 días en los turistas internacionales (Guzmán-Sala, 2010).

Tabasco ocupa el lugar 27 en el contexto nacional en lo que se refiere a la oferta turística que está compuesta de más de mil establecimientos turísticos que operan en varias ramas de la actividad como restaurantes, hoteles y agencias de viajes. En el 2004, la oferta hotelera implicaba un total de 4 740 cuartos lo que representó aproximadamente dos millones de estancias nocturnas por año. La infraestructura hotelera de Tabasco a nivel nacional representa el 2.6% en hoteles y el 1.2% en habitaciones. Esta oferta hotelera está compuesta principalmente por hoteles de 5, 4, y 3 estrellas como también de hoteles de clase económica. La ciudad de Villahermosa, posee más del 50% del total de la oferta de habitaciones de hotel y atrae aproximadamente 80% del total de la afluencia turística.

la atracción turística de Tabasco, es diversa, y está compuesta por reservas naturales y sitios arqueológicos tales como los pantanos de Centla, Kolem-há, Yubalh-ka, las ruinas de Comalcalco, la Venta, Malpasito, Pomoná, Reforma, Yumká, y otros de menor importancia (Guzmán, Peypoch, & Solonandrasana, 2006). Sin embargo, estos atractivos sin el adecuado valor de los servicios y las promociones, disminuyen su capacidad de atracción ante los turistas, de ahí la importancia de analizar éstas dos variables.

Es importante que los atractivos cuenten con una serie de servicios auxiliares complementarios aparte del alojamiento, restaurantes, y transporte. Estos servicios son también considerados

como estratégicos y son los siguientes: módulos de información, servicios sanitarios, servicios de guías de turistas, tiendas de objetos (souvenirs) sobre el atractivo, etc

Método

Estudio de corte cuantitativo, descriptivo, y transversal sobre los servicios turísticos y las promociones del sector hotelero, restaurantero y transporte en el Estado de Tabasco. Partimos del hecho que los consumidores perciben la calidad de los servicios recibidos en los establecimientos turísticos y que dicha información se constituye en una herramienta para realizar mejoras. Se aplicó un cuestionario a los turistas que se encontraban en los establecimientos en estudio, durante los meses de marzo, abril y mayo del 2013. Se utilizó una escala de cinco niveles: pésimo, malo, regular, bueno y excelente. La población se determinó a través de la frecuentación promedio de turistas en un lapso de tres meses en que se llevó el estudio ascendiendo a 248, 952 turistas. El tamaño de la muestra fue de 271 de acuerdo a un muestreo aleatorio con un nivel de confianza de 90% con un margen de error de .05. Para el alcance del objetivo se diseñó un instrumento cuestionario tipo escala Likert conteniendo 27 enunciados necesarios en la obtención de datos en las 3 principales ramas de actividad.

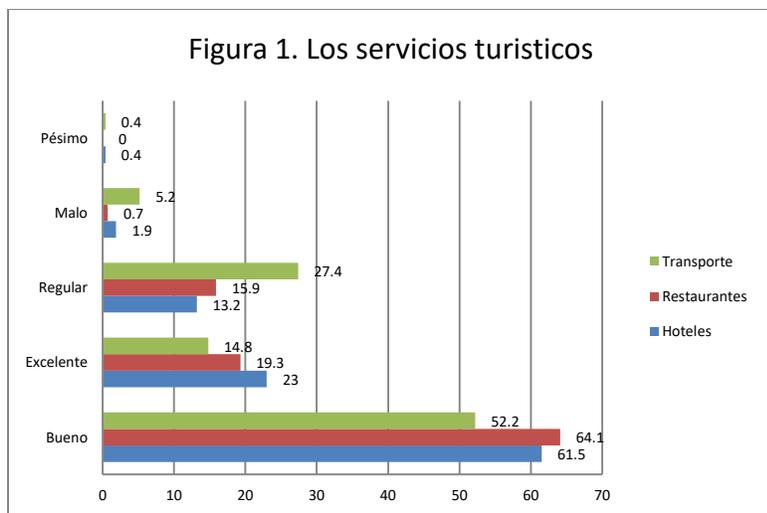
Resultados

La satisfacción de los turistas en los servicios de hoteles, restaurantes, y transporte

La satisfacción del turista es de suma importancia para las empresas y destinos, que desean obtener los beneficios provenientes de un turismo desarrollado. Diversos estudios establecen que

la satisfacción posee una influencia positiva sobre el comportamiento post-compra, el cual representa un importante factor para el desarrollo de relaciones a largo plazo y para la formación de una imagen atractiva. La satisfacción del cliente está en el centro del proceso de establecimiento de relaciones a largo plazo, es decir, que un turista satisfecho seguramente regresará al destino. Los clientes insatisfechos representan un alto poder destructivo pues en teoría transmiten su insatisfacción a otros nueve clientes potenciales. Además, cerca del 90% de los clientes insatisfechos no realizan reclamos pero comienzan a consumir productos o servicios de otros oferentes lo cual constituye una cuestión bastante delicada pues dificulta saber incluso la razón por la cual se perdió el cliente (Oliveira, 2011).

Por tanto es importante que el turista que arriba a una entidad perciba un nivel excelente en los servicios turísticos, que le dé plena satisfacción, y que vuelva a consumir, pero que además recomiende a otros consumidores potenciales. Los resultados de la investigación revelaron que en los hoteles el 61.5% de los turistas cree que el servicio es bueno, un 23% dijo que es excelente, un 13.2% lo nota regular, un 1.9% dijo que el servicio es malo y menos de un por ciento (0.4%) lo califica como pésimo (Figura 1). Si hablamos de restaurantes, los resultados son similares, el 64.1% advierte bueno el servicio, el 19.3% piensa que es excelente, algo cercano (el 15.9%) percibió que el servicio es regular, en lo negativo un 0.7% considera que el servicio en los restaurantes es malo.



Por último, los usuarios de los transportes turísticos evaluaron de la siguiente manera: el 52.2% expresa que es bueno, el 27.4% considera que es regular, solo un 14.8% piensa que el servicio es excelente, por otro lado un 5.2% dice que es malo y un 0.4% declina hacia un pésimo servicio.

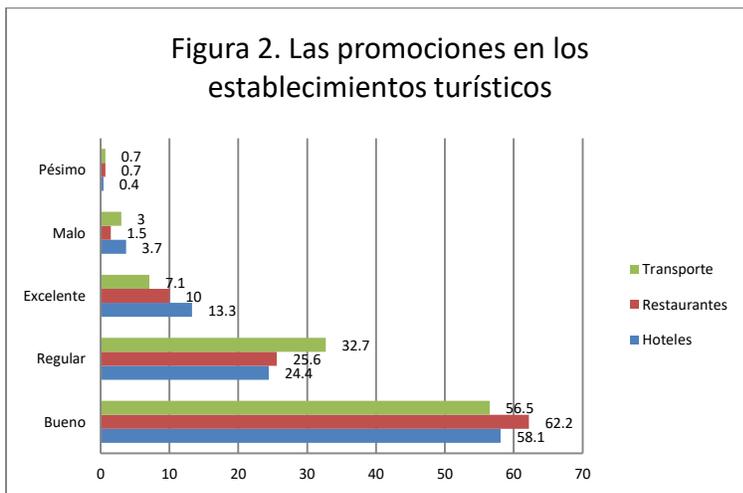
De esta manera se advierte una percepción mayormente favorable en tres diferentes tipos de servicios ofertados tales como alimentación, hospedaje y trasportación del turista. No obstante los servicios de los restaurantes están por debajo del nivel de los otros establecimientos en estudio.

La satisfacción de las promociones en los hoteles, restaurantes, y transporte

Las estrategias de promoción de ventas que se ofrecen en los productos o servicios turísticos se definen como las actividades de marketing que proporcionan valor adicional o incentivos a la fuerza de ventas, distribuidores o consumidor final, estimulando así las ventas inmediatas. Algunas estrategias de la promoción de ventas son los cupones, premios, concursos, incentivos, regalos y degustaciones. (Kotler, Bowen, & Makens, 2004). Las promociones que se ofrecen a

los turistas en Tabasco, hicieron que en cuanto a las promociones que se ofrecen en los hoteles el 58.1% dijera que son buenas, el 24.4% contestó que son regulares, el 13.3% las ven como excelentes, un segmento del 3.7% consideran que las promociones que ofrecen los hoteles son malas y un 0.4% sienten pésimas las estrategias.

En otro producto turístico como son los restaurantes, el 62.2% evalúan que las promociones que ofrecen son buenas, regulares las consideran el 25.6% de turistas, el 10% dijeron que son excelentes, un 1.5% dicen que las promociones son malas y en menor proporción un 0.7% contesta que son pésimas. Algo importante en este tema es que en gran parte de los restaurantes del Estado se ofrece servicio de bufé que hace que el turista pueda consumir una variedad de platillos que se cocinan en la entidad.



En los transportes turísticos, donde las promociones generalmente van de acuerdo al número de usuarios, debido a que a un grupo de turistas se les puede dar un mejor precio, al igual que en Tabasco se ofrecen paquetes de traslado a destinos arqueológicos y culturales que se encuentran en los municipios, como Tapijulapa en el municipio de Tacotalpa y la ruta del

chocolate en Comalcalco. Por todo esto más de la mitad de los turistas, el 56.5% de ellos afirman que las promociones son buenas, 32.7% que son regulares, menos del 10% (7.1%) las vio como excelentes, un 3% indica que son malas y 0.7% comenta que son pésimas las promociones.

En términos generales, las promociones han sido percibidas favorablemente por los turistas, sin embargo se puede observar que el nivel percibido en los tres sectores está por debajo del nivel observado en los servicios. También se puede ver que las promociones en el transporte de la misma manera que en el servicio, presenta una tendencia con niveles por debajo de los otros establecimientos.

Conclusiones

Se puede llegar a la conclusión que los servicios y las promociones en las ramas hotelera, restaurantera y transporte, son bien percibidas por los turistas. Sin embargo, las empresas de transporte presentaron porcentajes muy por debajo del nivel de los otros establecimientos tanto en servicio como en promoción, lo que implica una oportunidad para realizar mejoras a esta rama de actividad con el objetivo de aumentar su competitividad respecto a los otros componentes de la actividad turística. En efecto, el transporte de turista esta una actividad coyuntural en el desarrollo de un destino. Permite que los turistas puedan fácilmente desplazarse en cada una de las atracciones de su interés, satisfaciendo la necesidad de desplazarse y contribuyendo al enriquecimiento del producto turístico.

Por lo que respecta a los hoteles y restaurantes, en ellos se observaron niveles ligeramente similares. Si los empresarios se interesaran por hacer mejoras, éstas serían mínimas comparadas con las que se tienen que realizar en el transporte turístico. No obstante se recomienda al sector hotelero establecer sistemas de mejoras, pero también medidas que permitan hacerle frente a los

problemas de la estacionalidad, y esto implica que tendrá que innovar de todas maneras en lo que se refiere a las promociones.

Biografía

Archer, B. H. (1977). *Tourism Multipliers. The State of de the Art*. E.U.A.: Universito of Wales.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2005). *Publicidad y promoción*. México, D. F.: McGraw-Hill Interamericana.

Caccomo , J. L., & Solonandrasana, B. (2001). *Innovations dans l'industrie touristique*. París: Harmattan.

Fong-Lin, C. (2003). Forecasting tourism demand: a cubic polynomial approach. *Tourism Management, 209-218*.

Guzmán, A., Peypoch, N., & Solonandrasana, B. (2006). Pronóstico de la demanda turística en Tabasco. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas, 113-122*.

- Guzmán-Sala, A. (2010). *Le Secteur Touristique du Tabasco au Mexique: Analyse Opérationnelle et Perspective en Termes d'Offre et Demande Touristiques*. Sarrebruck, Alemania: Éditions Universitaires Européennes, pp. 104, 106.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2004). *Marketing para Turismo*. Madrid: Prentice.
- McIntosh R., Goeldner, C. & Ritchie J. (2001). *Turismo: Planeacion, Administracion y Perpspectiva*. Mexico: Limusa Wiley.
- Oliveira, B. (2011), “Determinantes de la satisfacción del turista. Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil”. *Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol.20 (2011) pp 229-242*.
- Orte-Bermúdez, J. M. (1997). *Conocimientos sobre el mundo del Turismo*. Lleida: Milenio.
- Sancho-Pérez A., Cabrera-Borrás, B. García-Mesanat G., & Pérez-Mira, J.M. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*, OMT 1ª Edición.
- Solima, L. (2005). *De la Valeur du territoire aux instruments d'intégration de la tarifica, dans la culture mise á prix*. L'Harmattan.



MARKETING DEL CHOCOLATE EN MÉXICO

DRA. Manuela Camacho Gómez
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Av. Universidad s/n, zona de la cultura, col. Magisterial. Villahermosa, Tabasco c.p. 86040
manuelacamacho@gmail.com
Mexicana

Fecha de envío: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 17/Junio/2015

RESUMEN

Los productos masivos se apoyan en las estrategias de marketing para informar, estimular, convencer, cautivar y diferenciar los atributos, beneficios y funciones de los mismos, para posicionar su marca con ventajas superiores a su competencia. Entre estos productos, el marketing del chocolate tiene especial énfasis en sus entornos y la imagen corporativa de la organización. El objetivo de esta ponencia es dar a conocer el estado del arte de las comunicaciones integradas en los principales corporativos de chocolate que operan en México. La investigación siguió un diseño estrictamente descriptivo, cuidando la confiabilidad y validez cualitativa de la misma. Los principales resultados muestran las estrategias de marketing utilizadas por estas organizaciones y las formas de asumir el nuevo reto de la restricción de anuncios publicitarios en televisión y salas cinematográficas, impuesta por la Comisión Federal para Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) en julio de 2014.

PALABRAS CLAVE: Chocolate, Marketing, México, COFEPRIS

INTRODUCCIÓN

México es el país de origen del chocolate, actualmente un producto atractivo, diversificado y de sabor exquisito. En sus inicios el consumo del producto solo era en presentación líquida, que era una bebida a la que se le conferían atributos alimenticios altamente saludables. A su ingreso en Europa durante los siglos XV y XVII el chocolate se servía helado, caliente y con huevo y leche (McRae, 2007; Ruz, 2010, citado por Camacho, 2014). La diversificación y presentaciones actuales del chocolate es un legado mexicano, pero también lo es de los españoles, italianos, franceses, suizos, suecos, alemanes, austriacos, holandeses, ingleses, americanos. Juntos hicieron del chocolate, un producto de calidad mundial, altamente significativo cultural y gastronómicamente.

En materia de marketing, las estrategias son diseñadas, acorde con el segmento y el contexto cultural del país o región de la que se trate, donde también es pieza clave el consumo *per cápita* de sus habitantes. En Europa, el consumo de chocolate es de los más altos en el mundo, estimado en promedio en 4.5 kilogramos, equivalentes a más de 2 millones de toneladas al año (AsiaNews.it, 2013) (Ver tabla 1).

Tabla 1. Principales países consumidores de chocolate (2012).

País	Posición mundial	Consumo per cápita en kilogramos
Suiza	1	11,9
Irlanda	2	9.9
Reino Unido	3	9.5
Austria	4	8.8
Bélgica	5	8.3
Alemania	6	8.2
Noruega	7	8
Dinamarca	8	7.5
Canadá	9	6.4
Francia	10	6.3

Fuente: elaboración propia con datos de SDP (2013), Mundo ejecutivo express (2014)

En 2012, América Latina (AL) alcanzó ventas por 11,400 millones de dólares en el mercado del chocolate (El Universal, 2013), y su crecimiento, en el periodo 2009-2013, fue del 85%. En este polo geográfico, el 50% de participación de mercado lo ocupan dos grandes corporativos: Nestlé y Mondelez Internacional.

Por su parte, México ocupa el quinto lugar en AL (Ver tabla 2), con 650 gramos de consumo *per cápita* (El Universal, 2013; Reporteros hoy, 2014). De tal manera que, a pesar de ser el país de origen, las ventas del chocolate no son significativas, lo cual no se debe a un asunto de marketing y publicidad, sino a sus distinciones culturales, geográficas, económicas y naturales (clima). El mercado mexicano está liderado por la empresa Nestlé (18%), Ferrero (16%), Hershey (14%) y la filial de Mars Inc (13%) (El universal, 2013).

Tabla 2. Principales países latinoamericanos consumidores de chocolate (2012).

País	Posición mundial	Consumo per cápita en kilogramos
Uruguay	1	3.1
Argentina	2	2.9
Chile	3	2.2
Brasil	4	1.7
México	5	0.7

Fuente: Elaboración propia con datos de El Universal (2013).

En este contexto, el marketing está orientado básicamente hacia el producto y la mezcla promocional ó comunicaciones integradas. En el primer elemento, la diversificación de productos y el diseño de los envases y empaques son la principal estrategia empresarial. En el segundo, la publicidad en medios masivos y la promoción a través de descuentos de temporada son las tácticas preferidas por los fabricantes y comercializadores de chocolate, quienes destacan los beneficios y funciones del producto. Si bien los esfuerzos de marketing han sido exitosos, los problemas de salud de la población mexicana (obesidad) son desafíos para el éxito de estas

empresas en el largo plazo, lo que las llevaría a implantar el desarrollo de una línea de productos bajo en azúcares.

MARCO TEÓRICO

Tendencias del marketing

El marketing ha sido planteado como una disciplina, un concepto, una filosofía, a través del cual se favorece la puesta en marcha, crecimiento y consolidación de organizaciones lucrativas y no lucrativas. Se le considera fundamental, acompasado y dinámico, visible, recompensador, controvertido y quizá hasta frustrante (Stanton, 2000). También se le concibe como una serie de actividades y un proceso de negocio (Warren, 1997) donde la creación de valor es dominada por los elementos intangibles (Lovelock y Wirtz, 2009). El concepto y el alcance de esta función organizacional con el paso del tiempo ha experimentado diferentes enfoques, entre los que se pueden citar las orientaciones a producción, ventas, productos, mercados y clientes. La tarea fundamental del marketing es la creación, promoción y entrega de bienes y servicios a los consumidores y a los negocios (Kotler, 2001). Su esencia se encuentra en la transacción o intercambio que satisface necesidades o deseos humanos y empresariales (Stanton, Etzel y Walker, 2000). En los últimos diez años su involucramiento ha sido hacia el servicio a la sociedad y al posicionamiento de la empresa y la marca entre los integrantes de la cadena de valor para hacer llegar los beneficios a los clientes (Warren, 1997). En este sentido, la Asociación Americana de Marketing (AMA), acorde con la tendencia y dinamismo de los mercados ha replanteado el término y en sus alcances lo concibe como una actividad establecida por instituciones, que realizan procesos de creación, comunicación, entrega e intercambio de valor que se ofrecen a los consumidores, clientes y a la sociedad en general (AMA, 2013). En

general se puede decir que el marketing es una excelente herramienta de gestión, análisis y acción por parte de las organizaciones y de las personas que precisan de él.

Planeación del marketing

En los mercados agroindustriales, la planeación, investigación, innovación y desarrollo de nuevos productos son fundamentales para la competitividad de las empresas y para defender su participación y alcanzar la meta de consolidarse con el prestigio de innovadores para conservar o ganar una ventaja competitiva diferenciada. Previo a ello, las empresas comprueban que exista una demanda suficiente para los nuevos productos y que estos satisfagan ciertos criterios financieros básicos de la empresa y que los productos sean convergentes con la estructura del marketing de la empresa; siempre alineados a la imagen corporativa, compatible con los procesos de producción y cumplir con los requisitos legales permanentes (Stanton, 2000 p. 228). En consecuencia, aún cuando el marketing ha evolucionado y se ha diversificado en un sinnúmero de especialidades y aplicaciones, el denominado *mix* de marketing sigue siendo un fundamento para la toma de decisiones en esta área funcional. En consecuencia, el producto, precio, promoción y plaza representan las acciones básicas de las empresas. Cada P posee su propia mezcla.

Producto

En el caso del producto, se consideran cuatro dimensiones: anchura, longitud, profundidad y consistencia. La anchura se refiere al número de líneas de productos; la profundidad es la cantidad de versiones que se ofrecen de cada producto de la línea; y, la consistencia es respecto a la relación que guardan entre sí las diversas líneas de producto en cuanto al uso final, necesidades de producción, canales de distribución o algún otro criterio. Estas dimensiones son de utilidad para definir la estrategia de productos de la organización

(Kotler y Armstrong, 2003). El producto es un complejo que al menos considera en su haber una docena de atributos tangibles e intangibles (Ver tabla 3).

Tabla 3. Atributos tangibles e intangibles del producto chocolate.

	Tangibles	Intangibles
Atributos	Ingredientes	Marca (conciencia, aceptación y preferencia)
	Sabor	Prestigio de la empresa
	Calidad real del producto	Calidad percibida en el producto
	Diseño del Empaque	Publicidad
	Color	Innovación
	Presentaciones	Investigación y desarrollo
	Precio	Interactividad
	Accesibilidad al producto	Celebridades

Fuente: Adaptación propia con base en Stanton, 2000 P. (211).

Extensión de la línea de productos

La expansión de la mezcla de productos se logra aumentando la profundidad de la línea que son influenciadas por los objetivos corporativos de la empresa. De tal manera que, se asume que una línea de productos es demasiado corta cuando si es posible aumentar las utilidades añadiendo nuevos productos o podría ser demasiado larga si al disminuir o desechar productos la rentabilidad se incrementa. En general, con el paso del tiempo las líneas de productos se alargan, debido a la capacidad de producción de las empresas que precisan el desarrollo de nuevos productos, los cuales a su vez traen costos asociados al diseño, ingeniería, inventarios, cambios de procesos de producción, procesamiento de pedidos, logística y por supuesto los costos de promoción y publicidad respectivos (Kotler, 2001).

Empaque

En el subsector de la confitería y de la chocolatería fina, el diseño de los envases y empaques son la principal estrategia empresarial. Ese es justo el elemento diferenciador, dado el segmento que se atiende. El empaque es el que contiene y hace las veces de protector del

producto para promoverlo, transportarlo o identificarlo y puede ser de varias formas y materiales (AMA). Se trata de una herramienta clave del marketing que con un diseño apropiado al producto y al segmento puede generar valor promocional, y por lo tanto, la libertad de incrementar los precios a cambio de comodidad, apariencia física, confiabilidad y prestigio de la marca (Kotler, 2001). Con estas perspectivas los empaques contribuyen al reconocimiento instantáneo de la empresa o de la marca, especialmente cuando se trata de una presentación innovadora que genera beneficios de uso. En este orden de ideas, la etiqueta juega un papel importante en tres sentidos: identificación del producto o marca, fuente de información al consumidor e información legalmente requerida (Kotler, 2001).

Marca

En todo el proceso del marketing, las empresas fabricantes de chocolate se ocupan de planear y poner en marcha las estrategias de posicionamiento de sus marcas, de tal manera que se atraiga la atención hacia el producto y su marca y diferenciarlo favorablemente de sus competidores. La marca es un nombre, término, diseño, símbolo o alguna otra forma para identificar los productos o servicios de una empresa, la cual le sirve como un distintivo (AMA). La preferencia de esta es uno de los indicadores de su fortaleza ante la percepción de los consumidores y es una de las razones por las que una marca es preferida bajo perspectivas de igualdad en precio y disponibilidad (AMA). La marca ayuda a segmentar el mercado, las marcas fuertes ayudan a construir y consolidar la imagen corporativa, facilitan el manejo del producto en los canales, protegen ciertas normas de calidad, fortalecen la preferencia de los compradores y facilitan la identificación de los proveedores, la marca ayuda a diferenciar la calidad y a que los compradores las adquieran de forma más eficiente (Kotler, 2001).

Otro elemento fundamental en las marcas, es que estas precisan informar a sus públicos las ventajas y particularidades a través de estrategias y tácticas apropiadas al sector donde participan. Respecto al posicionamiento de éstas, de acuerdo con Kotler *et al* (2004), las organizaciones deben tener en cuenta que sus marcas requieren estar asociadas a beneficios, ser fáciles de pronunciar, reconocer y recordar; distintiva para el sector donde participa, viable para su traducción cuando se quiere acceder a mercados internacionales y contar con la capacidad para obtener su registro y protección legal.

En el caso de los productos chocolate, la conciencia de marca es alta al igual que la aceptabilidad de marca y de preferencia de marca, lealtad a la marca. Las actitudes de los consumidores hacia la marca pueden ser de cambio a otra por razones de precio, no cambiar de marca 'porque están satisfechos, sería costoso cambiar de marca, existe aprecio por la marca ó el cliente es devoto de la marca. Por lo que el valor de la marca se fundamenta en los últimos tres, y por el grado de reconocimiento del nombre de la marca, la calidad percibida de la marca, asociaciones mentales y emocionales fuertes y otros como las asociadas al registro legal de las marcas y a las condiciones del canal de distribución (AAker, s/f, citado por Kotler, 2001). El valor de la marca, permite que las empresas tengan costos más bajos en marketing gracias a la conciencia y a la lealtad hacia la marca, mayor poder de negociación con distribuidores y detallistas, fijar precios más altos que sus competidores debido a su calidad percibida, ampliar la línea de productos por la credibilidad de la marca, defensa del precio asociado a la solidez de la marca (Kotler, 2001). Por lo tanto, el posicionamiento puede ser por clase o por atributos del producto (Stanton, 2000 p. 242).

Promoción de Ventas y publicidad

En cuanto a la promoción de ventas, a ésta se le confieren dos funciones clave; informar y motivar. Se asume que la promoción es más eficaz en la medida en que tiene una relación estrecha con la publicidad. La motivación se refiere a la estrategia para llevar a un cliente a comprar una marca. . Por lo tanto una comunicación de marketing debe determinar los propósitos y objetivos de la publicidad y la promoción de tal manera que puedan coordinarse. Un objetivo de la promoción de ventas, cotidiano y vigente es el de apoyar y reforzar una campaña, tema o imagen publicitaria. La publicidad a su vez requiere de una convergencia tecnológica, de negocios y de contenido para hacer efectivos los mensajes, se le considera uno de los elementos más flexibles y adaptables de la comunicación de marketing. De tal manera que a mayor inversión en publicidad y promoción, más altos son los niveles de conciencia de la marca (Russel, et al, 2005).

MÉTODO

La investigación se realizó con un enfoque estrictamente descriptivo, el procedimiento fue inductivo orientado a desarrollar una explicación narrativa sobre las principales estrategias de marketing que se utilizan para difundir y persuadir sobre los productos con sabor o contenido de Chocolate, en su componente de comunicaciones integradas (publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, imagen corporativa, conciencia, aceptación y preferencia de la marca). Las técnicas de recolección de datos privilegiaron el estudio del estado del arte y el análisis documental apoyado en entrevistas publicadas, casos y literaturas especializada; en versión impresa y digital. Para dar curso a las indagatorias se partió de una guía de preguntas (Ver tabla 4).

Tabla 4. Guía de preguntas para investigación

Marcas	Publicidad	Promoción de ventas
¿Cuáles son las principales empresas de chocolate en México?	¿Qué medios de comunicación son utilizados para la publicidad de productos de chocolate?	¿Existen promociones por temporadas del año?
¿Qué marcas son las más publicitadas en televisión?	¿Cuáles son las variables que utilizan para reforzar la marca?	¿Cuáles son las principales promociones que utiliza el sector?
¿Cuáles son las marcas de mayor preferencia?	¿Cómo afecta la nueva normatividad publicitaria a las empresas chocolateras en sus anuncios en televisión y en salas de exhibición cinematográfica?	¿Qué importancia tiene el diseño del empaque en la promoción de los productos?
¿Qué importancia tiene la imagen de la marca entre los consumidores de productos de chocolate?	¿Cómo influye el diseño del logotipo en la fidelidad del cliente hacia la marca?	¿Cómo influye la presencia de celebridades en la promoción?
	¿Cuál es el uso que dan las empresas chocolateras a las redes sociales para publicitar sus productos? ¿Por qué incluyen a celebridades en los anuncios publicitarios de televisión?	

Fuente: elaboración propia.

RESULTADOS

La investigación consideró como población de estudio a las principales empresas chocolateras que según el ICCO, son las más posicionadas en México. El marketing del chocolate mide el comportamiento del producto, su estrategia está basada en la marca y el posicionamiento en elementos diferenciadores como sabor, origen, materia prima, diversificación en línea de productos y conciencia, aceptación y preferencia de la marca, todo ello apoyado con estrategias de publicidad, promoción y relaciones públicas. En términos de inversión, la gran empresa destinaba en 2003, aproximadamente entre el 3 y el 14% del total de sus ventas para poner en marcha estrategias de diversificación de productos, segmentación, procesos productivos y desarrollo de canales de distribución. (Echenique y Pereira, 2003). Una actividad clave está en ampliar nichos de mercado, considerando su mezcla de productos, que, en el caso de estas empresas, cumple con las condiciones de anchura, longitud, profundidad y consistencia (Kotler y Armstrong, 2003). Los tipos de productos pueden clasificarse en cuatro grandes funciones:

familiares, *snack*, autoconsumo, placer. De estos suelen haber grandes variedades como por ejemplo cubiertas de chocolate, macizos puros de chocolate, chocolate blanco, chocolates rellenos y chocolate amargo (*amer* en francés y *bitter* en inglés). En cuanto a las comunicaciones integradas, se confirmó como principal medio masivo a la televisión y la estacionalidad del producto tiene particular relevancia para el diseño e implantación de estrategias, debido a que los volúmenes de venta son mayores en invierno, disminuyen en primavera y en verano se presentan los niveles más bajos en su comercialización (Echenique y Pereira, 2003). Los diez corporativos más importantes en el ranking mundial, corresponden a tres empresas estadounidenses, dos suizas, dos japonesas, una de Luxemburgo e Italia, una de Argentina y una de Alemania (Ver Ilustración1).

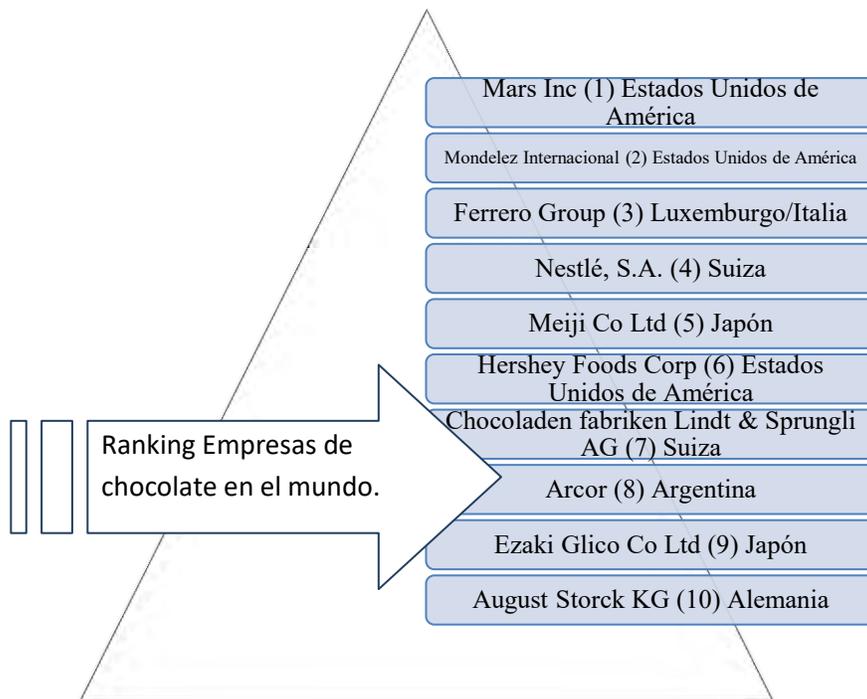


Ilustración 1. Posición mundial de los corporativos del chocolate en el mundo.

Fuente: Elaboración propia con datos de *Candy Industry*, January 2015, citado por ICCO (2015).

Las ventas en conjunto alcanzan aproximadamente 85,000 millones de dólares anuales. Esto querría decir que, si en promedio destinaran el 10% de sus ventas, a actividades de marketing, se tendría una inversión de 8,500 millones de dólares para programas de comunicaciones integradas, con el objeto de lograr la conciencia de marca, posicionamiento e imagen corporativa.

Principales estrategias de marketing para Chocolate

En materia de marketing el *top ten* del chocolate mundial, privilegia el uso del marketing digital y llevan a cabo diversas estrategias de publicidad, promoción, ventas y relaciones públicas. En esta investigación se identificaron las acciones y comercialización en México (Ver tabla 5 y 6).

Tabla 5 Estrategias de Marketing del chocolate en México. (Parte1)

Corporativo	Principales Estrategias de Marketing		
	Portafolio de Marcas	Publicidad	Promoción de ventas
Mondelez,	Línea de chocolates y dulces: Chocolate Milka Oreo, Nabisco, Trident, Cadbury, , Chiclets, clorets, Bubbalo, , Clight, Frisco, Halls, Toblerone, Chips Ahoy. 83 años de antigüedad	Campañas en redes sociales (twitter, <i>facebook</i> , videos personalizados, <i>Retail touch points</i>). 35 millones de seguidores. Alianza global con Google, para impulsar su estrategia digital. Su inversión publicitaria <i>online</i> y móvil. Contrato con Paramount Pictures para promover galletas oreo. Utiliza celebridades en su publicidad Investigación sobre cultura digital de los alimentos Campaña exitosa "Sonrisas ñam ñam" para su línea snacking.	Exposiciones en superficies comerciales donde ponen a la venta productos agrupados por momentos de consumo (desayunos, meriendas o a todas horas). Sorteos monetarios, en productos. Cupones de descuento Twits con premios Promoción con empaque para la edición especial de la película <i>transformers</i> .
Arcor	Arcor, Bon o Bon, Cofler, Tofi, Águila, Rocklets, Tortuguita, Nikolo, Hamlet, Cabsha, Sapito, Golpe y Chokko Snack. 64 años de antigüedad	Uso de Redes sociales, videos, <i>spots</i> televisivos, radio Campañas por temporada, especialmente navidad. Su publicidad busca Cercanía con sus clientes . Campaña exitosa "Semana de la dulzura"	Promociones especiales por temporada.

Nota. La información contenida en las Tablas 5 y 6 es parte de un mismo grupo de resultados que ha sido dividido en dos partes. Fuente: Elaboración propia con datos de Marketing online (2011); Hershey (2012) y Merca2.0, (2011), Portada on line (2013), Aguilar (2014), (Nestlé, 2012), Arcor.com.ar ., El Financiero (2014), El Economista (2014)., Ferrero España, Ferrero, México, Mars Chocolate, Mars Código de Mercadeo, CNN Expansión (2013), Ardilla(2013).

Tabla 5 Estrategias de Marketing del chocolate en México. (Parte2)

Corporativo	Principales Estrategias de Marketing		
	Portafolio de Marcas	Publicidad	Promoción de ventas

<p>Ferrero Rocher</p>	<p>Tic Tac Kinder Ferrero Nutella</p> <p>69 años de antigüedad</p>	<p>Spots televisivos, videos, redes sociales (facebook, twitter), Canal youtube Uso de celebridades Estrategias publicitarias centradas en la época navideña. Cambio de imagen, de sofisticado a masivo. Obtuvo el premio <i>Luxury Advertising Awards</i></p> <p>Campaña exitosa “Saborea la belleza”</p>	<p>Cupones de descuento. Campañas promocionales: Regreso a clases, Dale un giro al desayuno con Nutella La fábrica de Kinder Sorpresa Promociones especiales por temporada.</p>
<p>Mars</p>	<p>Línea de chocolates: Dove, m & m, milkyWay, Snickers</p> <p>124 años de antigüedad</p>	<p>Uso de Redes sociales, spots televisivos, sitio web por marca, espectaculares, parabuses, materiales impresos, electrónicos y digitales, publrreportajes, patrocinios, comunicados de prensa para las distintas marcas. Canal youtube, Relaciones públicas</p> <p>Líder en campañas publicitarias interactivas</p> <p>Código de Mercadeo, que regula el uso responsable y creativo comunicaciones de mercadotecnia para todos los productos producidos o bajo licencia por Mars, Inc. y Wrigley en el mundo</p> <p>Campaña exitosa "No eres tu cuando tienes hambre".</p>	<p>Promociones de temporada</p>
<p>Nestlé,</p>	<p>Línea de chocolates</p> <p>Carlos V KitKat Larin Abuelita Nestlé Gold Crunch</p> <p>149 años de antigüedad</p>	<p>Publicidad exterior, ejecuciones de Smartphone y sala de juntas, spots televisivos, radio. Uso de Redes sociales. Cuenta con más de 300,000 fans en <i>Facebook</i> y 3,000 <i>twitteros</i>.</p> <p>Cuentan con políticas de publicidad y mercadeo responsable</p> <p>Recibió dos premios en el Festival Internacional de Creatividad de Cannes por la creatividad de sus anuncios</p> <p>Campaña exitosa "Date un Break, Date un KITKAT!"</p>	<p>Récord <i>Guiness</i> de la taza de chocolate caliente más grande del mundo, con una capacidad de dos mil 500 litros</p>
<p>Hershey's</p>	<p>Hershey's, Kisses, Leche Hershey's, Reese's, Ice Breakers, Jolly Rancher, Pelon Pelo Rico, Hershey's Repostería.</p> <p>122 años de antigüedad</p>	<p>Utiliza internet, redes sociales, televisión, radio y online (display, video, mobile, digital en espacio público) y relaciones públicas Publicidad con uso de celebridades. Cambio en logotipo como parte de la innovación en la imagen corporativa.</p> <p>Campaña exitosa: “La felicidad viene en trocitos”</p>	<p>Promociones al consumidor con comunicaciones interactivas Promociones especiales por temporada.</p> <p>Promoción “Doble Felicidad Hershey's”</p>

Nota. La información contenida en las Tablas 5 y 6 es parte de un mismo grupo de resultados que ha sido dividido en dos partes. Fuente: Elaboración propia con datos de Marketing online (2011); Hershey (2012) y Merca2.0, (2011), Portada on line (2013), Aguilar (2014), (Nestlé, 2012), Arcor.com.ar., El Financiero (2014), El Economista (2014)., Ferrero España, Ferrero, México, Mars Chocolate, Mars Código de Mercadeo, CNN Expansión (2013), Ardilla(2013).

El reto legal de la publicidad

Con la emisión de los lineamientos sobre los criterios nutrimentales y de publicidad que deben observar los anunciantes de alimentos y bebidas no alcohólicas para publicitar sus productos en televisión abierta y restringida, así como en salas de exhibición cinematográfica; la transmisión de comerciales de televisión en la barra infantil sufrieron cambios, al aplicárseles horarios específicos. Los productos que forman parte de tales lineamientos fueron clasificados en 12 categorías. La última correspondiente a "Chocolates y productos similares de chocolate" (DOF, 2014). Con esta medida legal se estima la disminución de 55 de las 139 horas anuales de anuncios dirigido a niños.

Esta normativa provino de la Comisión Federal para Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), con base en lo dispuesto en los artículos 22 Bis, 79, fracción X y 86, fracción VI, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad. Esta acción forma parte de la estrategia nacional para la prevención y control del sobrepeso, la obesidad y la diabetes, entre las cuales se incluyó la regulación en materia de publicidad; donde el Criterio 3, corresponde a Productos con sabor o contenido de Chocolate. El cual especifica que la publicidad de los productos que no sean chocolate o productos similares a chocolate conforme lo establecido en la NOM-186-SSA1/SCFI-2013, y que contengan chocolate, pasta de cacao, cocoa, manteca de cacao o saborizante a chocolate, se registrarán conforme al criterio nutrimental que les corresponda de acuerdo a lo establecido en los artículos Segundo de los Lineamientos de Publicidad y con lo previsto en el artículo Tercero Transitorio de dichos Lineamientos (Secretaría de Salud, 2014). En consecuencia, las estrategias de marketing de los corporativos se han redireccionado a un mayor incremento en la inversión en redes sociales, sitios webs con estrategias interactivas, privilegiado el marketing en sus especialidades digital, atracción y relacional.

CONCLUSIONES

Todas las empresas estudiadas utilizan el marketing digital, con sus sitios webs están desplegando rápidamente estrategias de marketing de atracción, al mismo tiempo que buscan la cercanía con el cliente. Invierten grandes cantidades de dinero en investigación y desarrollo de productos. En este contexto, el diseño del empaque y la marca son determinantes a la hora que el consumidor elige un producto de chocolate.

Por lo tanto, se puede decir que, las estrategias de marketing identificadas y que corresponden a productos de chocolate o similares de seis grandes corporativos que lideran el mercado mundial; manejan comunicaciones integradas que incluyen metas integrales de publicidad, promoción de ventas, ventas y relaciones públicas, con las cuales han demostrado ser altamente creativos y diferenciados, considerando el proceso de la conciencia, aceptación y preferencia de la marca. Varias de estas organizaciones han sido motivo de premiaciones internacionales por campañas publicitarias creativas y que han sido altamente exitosas en sus segmentos y mercados.

Sin embargo, las empresas han sido afectadas en sus metas de marketing al entrar en vigencia la prohibición de anunciar alimentos con alto contenido calórico durante la barra infantil en televisión y el cine; esta situación provocó que las empresas incrementaran su inversión publicitaria en nuevos medios de comunicación como Internet, teléfonos celulares y redes sociales. Es decir que disminuyeron sus gastos publicitarios en televisión e invirtieron más en nuevos medios para llegar al segmento de niños. Esta normatividad forma parte de la Estrategia Nacional para la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes que encabeza la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), cuyos funcionarios estiman que con esta iniciativa se dejarán de transmitir aproximadamente 10,000 spots en televisión de comida con alto contenido calórico (Cantera, 2014).

Quedan interrogantes pendientes de estudiarse en materia de marketing, entre ellas, las investigaciones que estas organizaciones realizan sobre el comportamiento del consumidor y sus necesidades cambiantes.

REFERENCIAS

- Aguilar, A. (enero 31, 2014). Prepara Mondelez inversiones en México, toma riendas Abrams-Rivera y el reto de la multinacional para desligarse de Kraft. Recuperado de Diario Milenio http://www.milenio.com/firmas/alberto_aguilar/Prepara-Mondelez-Mexico-Abrams-Rivera-Kraft_18_237156327.html
- AMA. Common language in marketing. <http://marketing-dictionary.org/ama>
- Arcor. Nourishing Magical Moments. Recuperado de:
http://www.arcor.com/PressRoomRepercussions_EN.aspx
- Arcor http://www.arcor.com.ar/es_nuestraCompania_nuestrosNegocios-chocolates_30.aspx
- Ardilla, I. (Octubre 30, 2013). La felicidad viene en trocitos: promoción de Hersheys en Latinoamérica. Recuperado de <http://www.revistapym.com.co/noticias/chocolates/felicidad-viene-trocitos-promocion-hersheys-latinoamerica>
- Camacho, M. (2014). Chocolate del edén para el mundo. Historia, gastronomía y turismo. Villahermosa, Tabasco, México: Consejo Coordinador Empresarial-Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Cantera, S. (Julio 23, 2014). Publicidad "chatarra" cambiará de canal. CNN Expansión. Recuperado de <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2014/07/22/retiro-de-chatarra-afecta-a-dulceros>
- Chocozona la comunidad del chocolate (Diciembre 27, 2011). Nuevas estrategias de marketing para aumentar las ventas. REcuperado en <http://www.chocozona.com/nuevas-estrategias-de-marketing-para-aumentar-las-ventas>
- CNN Expansión (Julio 1, 2013). Lego y Mondelez apuestan por México. Recuperado de <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/07/01/inversion-interpuerto-penia-monetrrey>

Colina, J. (s/f). Estrategias empleadas por una empresa latinoamericana de éxito mundial (Caso Arcor ampliado). Segunda Parte. Recuperado de

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/casoarcorjuan-1.htm>

Comunidad electrónica TV. Snikers presente nueva campaña publicitaria. Recuperado de http://www.comunidadelectronica.tv/v5/index.php?option=com_content&view=article&id=4289:snickers-presenta-nueva-campana-publicitaria&catid=20:breves&Itemid=74

DOF (Abril 15, 2014). Lineamientos por los que se dan a conocer los criterios nutrimentales y de publicidad que deberán observar los anunciantes de alimentos y bebidas no alcohólicas para publicitar sus productos en televisión abierta y restringida, así como en salas de exhibición cinematográfica. Recuperado de

<http://www.cofepris.gob.mx/AS/Paginas/Publicidad/EtiquetadoYPublicidad.aspx>

Echenique, C. y Pereira, F. (2003). Investigación del mercado de chocolates finos, posicionamiento y estudio de expansión de la chocolatería fina "Damien Mercier: chocolatier Belgé". Tesis de ingeniero agrónomo. Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile. Recuperado de <https://emprendedores.files.wordpress.com/2006/11/estudiomercadochocolates.pdf>

Economista, El (Enero 10, 2014). Mondelez y Google firman acuerdo para publicidad digital. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2014/10/01/mondelez-google-firman-acuerdo-publicidad-digital>

Ferrero México <http://www.ferrero.com.mx/ferrero-fino/ferrero-rocher/ilumina-tus-momentos/>

Ferrero España <http://www.ferrero.es/empresa/nuestra-historia/>

Financiero, El (Julio 7, 2014). Oreo se transforma para impulsar ventas. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/mondelez-se-transforma-para-impulsar-ventas.html>

Financiero, El (Febrero 17, 2015). El chocolate se convierte en un producto exclusivo. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/el-chocolate-pasa-a-ser-un-producto-de-lujo.html>

Hershey (Septiembre 29, 2012). The Hershey Company Realigns Marketing Communications Agencies to Further Strengthen its Marketplace Leadership by Leveraging Consumer and Media Trends.

<http://www.thehersheycompany.com/newsroom/news-release.aspx?id=762453>

Kotler, P. (2001). Dirección de Marketing. México. Ed. Prentice Hall.

Kotler, P. Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación.

Llamas, J.M. (2004). Estructura científica de la venta. Técnicas profesionales de venta. México. Ed. Limusa, S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores.

Lovelock, Ch., Wirtz, J. (2009). Marketing de Servicios. Personal, tecnología y estrategia. Sexta Edición. México. Ed. Pearson/Prentice Hall.

Malacara, N. (noviembre 11, 2014). Las 5 mejores marcas de chocolate en México.
<http://www.informabl.com/2014/11/11/las-5-mejores-marcas-de-chocolate-en-mexico/>

Mars chocolate <http://www.mars.com/mexico/es/brands/chocolate.aspx>

Mars Código de Mercadeo, recuperado de <http://www.mms.com.mx/pagina/mars-codigo-de-mercadeo>

Marketing Directo (Mayo 29, 2014). Mondelez estrena posicionamiento y lanza nueva campaña para sus productos de snacking. Recuperado de <http://www.marketingdirecto.com/especiales/reportajes-a-fondo/mondelez-estrena-posicionamiento-y-lanza-nueva-campana-para-sus-productos-de-snacking/#sthash.H2CM2rDp.dpuf>

Marketing4food (Febrero 20, 2014). Mondelez apuesta por el marketing digital. Recuperado de <http://www.marketing4food.com/mondelez-apuesta-por-el-marketing-digital/>

Marketing online (Diciembre 4, 2011). Campaña publicitaria: Ferrero Rocher. Recuperado de <http://funmarketonline.blogspot.mx/2011/12/campana-publicitaria-ferrero-rocher.html>

Merca2.0 (15 de julio, 2011). 7 datos de chocolates mexicanos, Disponible en <http://www.merca20.com/7-datos-de-chocolates-mexicanos/>

Nestlé (Junio 11, 2012). Nestlé México obtiene por primera vez, dos Leones de Oro en el Festival de Cannes con KIT KAT. Recuperado de http://www.nestle.com.mx/media/pressreleases/noticia2012_canneskitkat

Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural (2006). Observatorio Agro cadenas. Anuario 2005. Agroindustria y competitividad. Estructura y dinámica en Colombia. Bogotá: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural e ICCA Colombia.

Portada *on line* (Agosto 27, 2013). UM gana la cuenta de Hershey; la incluirá en nuevo modelo de compras programáticas. Recuperado de portada-online.com/2013/08/27/marketing-hacia-latam-um-gana-la-cuenta-de-hershey-la-incluirea-en-nuevo-modelo-de-compras-programaticas

Reporteros Hoy (Febrero 20, 2014). Crece en México el consumo del vino y el chocolate. Recuperado de <http://reporteroshoy.mx/wp/crece-en-mexico-el-consumo-del-vino-y-el-chocolate.html>

Retail touchPoints. Mondelez Sweetens MArketing Campaigns With Idomoo Personalized Video. Recuperado de <http://www.retailtouchpoints.com/features/retail-success-stories/mondelez-sweetens-marketing-campaigns-with-idomoo-personalized-video>

Russel, T., Ronald, W., Whitehill, K., Mues, A., y Mascaró, P. (2005). Kleppner publicidad. México: Pearson Educación.

SDP noticias.com (Agosto 6, 2013). ¿En qué país se come más chocolate? <http://www.sdpnoticias.com/estilo-de-vida/2013/08/06/en-que-pais-se-come-mas-chocolate>

Secretaría de Salud (2014). Estrategia nacional para la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes. Regulación de Publicidad. Diciembre, 2014. Recuperada de <http://www.cofepris.gob.mx/AS/Paginas/Publicidad/EtiquetadoYPublicidad.aspx>

Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2000). Fundamentos de Marketing. Undécima edición. México. McWraw-Hill.

SweetPress (Enero 31, 2014). Consumidor e innovación: las claves de éxito de Mondelez Internacional. Recuperado de <http://sweetpress.com/publicaciones/impulso/dulces-noticias/consumidor-e-innovacion-las-claves-del-exito-de-mondelez-international/>

Warren, J. (1997). Marketing Global. Quinta edición. España: Ed Prentice Hall.



LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC), REALIDAD LATENTE COMO HERRAMIENTA PARA EL DOCENTE

Dra. Mayra Elizabeth Brosig Rodríguez
Del Rio # 121, Fraccionamiento Puerta del Norte, Escobedo, N.L.
Facultad de Contaduría Pública y Administración. UANL
dra.elizabethbrosig@hotmail.com
Mexicana

MAE. Claudia Ivonne Niño Rodríguez
La paloma # 343, Col. Hacienda del Roble, San Nicolás de los Garza, N.L.
Facultad de Contaduría Pública y Administración. UANL
clau_nino@live.com.mx
Mexicana

MAE. Celia Irma Villanueva Chi
Tenancingo # 397, Col. Mitras Centro, Monterrey, N.L.
Facultad de Contaduría Pública y Administración. UANL
celiairma@hotmail.com
Mexicana

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 21/Mayo/2015

RESUMEN

Las Tecnologías de Información y Comunicación mejor conocidas como TIC, son herramientas fundamentales en las diferentes actividades personales y profesionales que realiza el docente en el mundo globalizado.

Los docentes de hoy en día, dan la bienvenida, al advenimiento del paradigma centrado en el aprendizaje de los estudiantes, llevando de esta manera, a asumir la función de facilitadores. Utilizando para la construcción del conocimiento, herramientas tecnológicas, siendo la multimedia indispensable para su aplicación. Es inevitable eludir este cambio, por que existe una brecha digital entre los maestros y sus estudiantes, y los docentes se enfrentan al reto de adquirir capacitación, dejando a un lado la inercia y la tradición, a la modalidad de impartir su cátedra. Viéndose obligados a estar a la vanguardia, al adquirir la habilidad y destreza para el manejo apropiado de las TIC, como herramientas de trabajo; pero la tarea del docente no termina ahí, tendrá que aplicar dentro de las TIC, las Tecnologías del Aprendizaje y Conocimiento (TAC), proporcionando estas últimas la parte pedagógica.

Palabras clave: Aprendizaje, Conocimiento, Docente, Herramientas web 2.0, Paradigma, TAC, TIC.

INTRODUCCION

Debido a la globalización que se vive en el siglo XXI, el ser humano esta en constante evolución, cada día los avances tecnológicos satisfacen necesidades básicas, nos dan bienestar, facilitan los medios de comunicación y otras ciertas comodidades que anteriormente carecíamos, es tanta la demanda tecnológica de los jóvenes de hoy, futuros líderes del mañana, que el sistema educativo se ha visto en la necesidad de hacer cambios en los modelos educativos de la enseñanza –aprendizaje, ante el reto de acercar a los docentes a la tecnología y cambiar sus paradigmas sobre las nuevas estrategias para lograr un aprendizaje significativo; nos referimos a tecnología como las Tecnologías de Información y Comunicación mejor conocidas como TIC, que hoy en día es una realidad latente su imperante incorporación a los centros educativos e instituciones de nivel superior.

Cabrero (2007) menciona, en la actualidad los escenarios educativos han cambiado de forma radical como no lo habían hecho en años anteriores. Los alumnos han cambiado, los contenidos y las metodologías se han visto transformados progresivamente en torno a conseguir un alumno más activo. La Sociedad de la Información ha traído la incorporación masiva de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a todos los sectores sociales, desde los económicos, hasta los culturales y por supuesto en el educativo. (Cabrero, 2007)

Siguiendo a Cabrero (2007):

Identificamos como tecnologías de la información y la comunicación (TIC) las siguientes: video interactivo, videotexto y teletexto, televisión por satélite y cable, videoconferencia, sistemas expertos, correo electrónico, telemática, realidad virtual.

Pregunta de investigación

¿Qué herramientas web 2.0 utiliza los docentes del Área de Contabilidad de una Universidad pública del Estado de Nuevo León, como medio generar, desarrollar y transmitir conocimiento y para uso personal?

¿Cuáles de las herramientas web 2.0 utiliza con un mayor grado de interés el docente?

Justificación y planteamiento del problema

Debido al mundo globalizado en que vivimos, la tecnología se encuentra implícita en casi todas las actividades de nuestra vida; es imperante que el docente se encuentre en constante capacitación, adquiera destrezas y habilidades para identificar y aplicar correctamente las TIC, siendo útiles, tanto para sus actividades en el ámbito laboral como personales.

Se decidió realizar esta investigación considerando la importancia del uso de la tecnología web 2.0 como herramienta de aprendizaje, y de las ventajas que genera como herramienta educativa, facilitando tiempos y espacios.

Otro de los aspectos por el cual se considero justificable el presente estudio, es la diversidad de herramientas que se encuentran a través del uso de la multimedia, y nos dirigiremos en especial a una parte de este universo de aplicaciones: a la Web 2.0, que es aprovechada especialmente por usuarios no expertos y que brinda programas, o aplicativos informáticos con una determinada funcionalidad.

Objetivo

Identificar que herramientas web 2.0 utiliza el maestro como medio para generar, desarrollar y transmitir conocimientos, y su grado de interés en el uso de dichas herramientas, sin

olvidar que el éxito de estas se logra a través del uso apropiado y correcto de las TAC, para lograr el aprendizaje significativo del estudiante.

Y como objetivo secundario, identificar cuáles de las herramientas web 2.0 utiliza en su uso personal, así como su grado de interés.

Hipótesis

Hipótesis nula 1: Los docentes no utilizan las Web 2.0 tanto para uso personal como en el trabajo

Hipótesis alterna 1: Los docentes utilizan las herramientas web 2.0 tanto para uso personal como en el trabajo

Hipótesis nula 2: Los docentes no tienen una mayor preferencia de uso por las herramientas de comunicación

Hipótesis alterna 2: Los docentes tienen una mayor preferencia de uso por las herramientas de comunicación

MARCO TEORICO

Daniel (2003) menciona, la tecnología es una forma de conocimiento organizado a tareas prácticas por organizaciones compuestas de personas y máquinas.

Izquierdo y Pardo (2005) mencionan lo siguiente:

“Las llamadas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), han ido ocupando un lugar cada vez más relevante en la actualidad. Estas tecnologías constituyen un conjunto de recursos tecnológicos que convenientemente asociados, permiten el adecuado registro, tratamiento, transformación, almacenamiento, utilización, presentación y circulación de la información y cuyo paradigma son las redes informáticas, posibilitando múltiples aplicaciones: correo electrónico, charlas electrónicas, teleconferencias, bibliotecas virtuales, entre tantas otras. (p.84)”

Debido a la brecha digital entre los maestros y los estudiantes, la enseñanza no puede quedarse al margen de los avances tecnológicos, dado que es un recurso que ayuda al profesor en su actividad docente investigadora. Para conseguir, en mayor medida, el logro de dichas potencialidades es necesario formar al profesor en los siguientes aspectos: Conocimiento de las nuevas TIC, formación a través de internet, entornos de aprendizaje virtual, recursos para la comunicación: pizarras interactivas, ordenadores y cañones, foros, agenda y calendario, correo electrónico, diseño de los conceptos educativos y de los materiales didácticos, tutorización virtual, metodologías enfocadas a trabajos grupales en red, recursos y formatos telemáticos; webgrafía, buscadores, videoconferencias, audio conferencias, demostraciones, etc.

Para Izquierdo y Pardo (2005) el estudiante no será más el receptor pasivo de un conocimiento que se le entrega para que se lo aprenda y luego lo repita, no será más un actor pasivo de su aprendizaje sino un gestor de éste. Apoyado en la tecnología, busca información y desarrolla su juicio crítico y su iniciativa de aprender continuamente todo aquello que sea esencial durante el proceso para cumplir con las intenciones formativas, desarrolla su autoaprendizaje. De ahí que los estudiantes asuman el rol de: constructores y gestores de su propio aprendizaje, investigadores autónomos, colaboradores.

El profesor pasa de ser una fuente de información unidireccional, a un facilitador para generar aprendizaje significativo en los estudiantes. Pasa de proveedor del conocimiento, a ejercer un rol de guía, orientador, asesor, tutor, motivador y consultor del aprendizaje de los estudiantes. De esta forma, el profesor adquiere nuevas prioridades, responsabilidades y funciones de mayor complejidad pedagógica. **Tecnologías Web 2.0**

Wikipedia, YouTube, Flickr, WordPress, Blogger, MySpace, Facebook, OhMyNews; por citar unos ejemplos, son aplicaciones que popularizaron este fenómeno tecno-social, y cada día se van sumando más productos y posibilidades de las cuáles el usuario definirá cuál es el que mejor se adapta o no a sus necesidades.

MÉTODO

El estudio es una investigación cualitativa y cuantitativa de tipo exploratorio y descriptivo, realizado a los maestros del área de contabilidad de una Universidad Pública del Estado de Nuevo León.

Es cualitativa por cuanto trata de entender el fenómeno de la web 2.0 y la educación, y es cuantitativa por que los datos recolectados fueron cuantificados.

Variables

Las variables de esta investigación son las siguientes:

Edad: establecida en 5 grupos: <25, 25-35, 36-46, 47- 57, >57

Género: femenino, masculino.

Tipo de uso: el objetivo de esta variable es identificar el tipo de uso de la herramienta en las diferentes actividades del usuario: uso personal, uso en el trabajo.

Interés en la herramienta: el objetivo de esta variable es identificar el grado de interés que existe por parte del usuario para las herramientas web 2.0 propuestas.

Se definieron 5 rangos de interés: 1: no es interesante 2: poco interesante 3: tiene un interés medio 4: bastante interesante 5: muy interesante

Instrumento de medición

Se aplicó un cuestionario CUWEB 2.0 , a 42 docentes del área de contabilidad de una población de 50 en el semestre Enero – Junio del 2015 del Estado de Nuevo León, que permite identificar las preferencias de uso de las herramientas web 2.0, se tomaron las 16 herramientas más significativas. Para el instrumento que fue validado previamente por su autor, se obtuvo un análisis de confiabilidad del mismo con un coeficiente alfa de Cronbach, en este caso con valor de: 0.838 por tanto es un valor aceptable.

Este cuestionario fue retomado de la investigación Web 2.0, estilos de aprendizaje y sus implicaciones en la educación de Karina Lorena Cela, Tesis presentada al programa Europeo Erasmus Mundus- Euromime, Julio 2008 Madrid. Obtenido de:

http://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1279051434740_1589804271_34717/web2.0%20estilos%20de%20aprendizaje.pdf

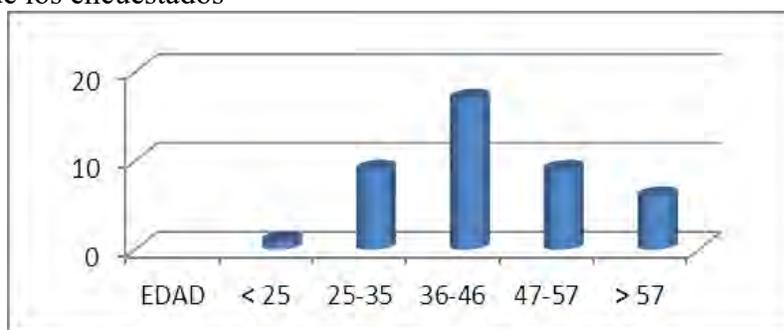
RESULTADOS

Tabla 1. Edad y género

EDAD Y GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS				
	EDAD	TOTAL	FEMENINO	MASCULINO
1	< 25	1	1	0
2	25-35	9	5	4
3	36-46	17	15	2
4	47-57	9	4	5
5	> 57	6	1	5
TOTAL		42	26	16

Fuente: Elaboración propia

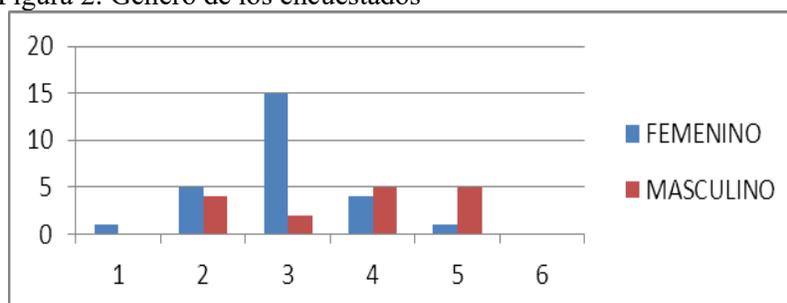
Figura 1: Edad de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

El rango de edad predominante en la muestra fue entre 36-46 el cual representa el 40 % del total, siguiendo con el rango de 25-35 y 47-57 los cuales tienen un porcentaje del 21%.

Figura 2: Género de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

Se observa que la población femenina predomina en un 62%, mientras que la población masculina representa el 38 %, esto podría suponerse como un uso mayor de la tecnología por parte de las mujeres debido a sus actividades profesionales o personales.

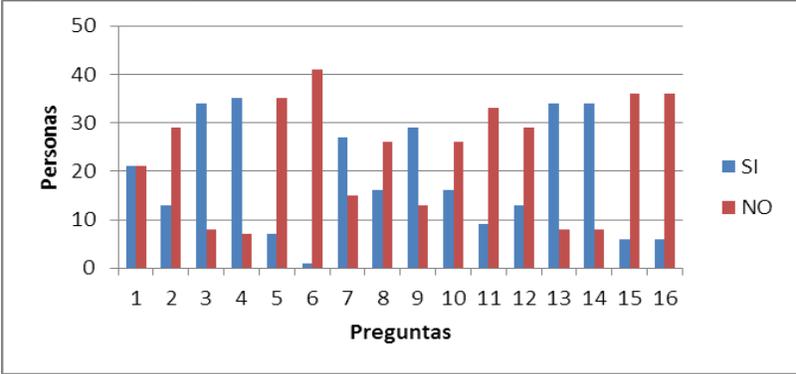
Tabla 2. Uso de las Herramientas web 2.0

USO DE LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0	USO PERSONAL		% DE U.P.	USO EN EL TRABAJO		% DE U.T.
	SI	NO		SI	NO	
PREGUNTA						
1. Calendarios.	21	21	50%	21	21	50%
2. Audio.	13	29	31%	12	30	29%
3. Video.	34	8	81%	29	13	69%
4. Comunicación.	35	7	83%	33	9	79%
5. Organizador de proyectos.	7	35	17%	12	30	29%
6. Folksonomía, marcadores sociales.	1	41	2%	1	41	2%
7. Buscadores personalizados .	27	15	64%	29	13	69%
8. Blogs.	16	26	38%	13	29	31%
9. Wikis.	29	13	69%	29	13	69%
10. Imagen, fotografía.	16	26	38%	9	33	21%
11. Representación del conocimiento.	9	33	21%	6	36	14%

12. Ofimática y documentos.	13	29	31%	15	27	36%
13. Redes Sociales.	34	8	81%	16	26	38%
14. Aplicaciones sobre mapas.	34	8	81%	21	21	50%
15. Lectores RSS y servicios relacionados.	6	36	14%	5	37	12%
16 Sistemas de gestión del conocimiento.	6	36	14%	5	37	12%

Fuente: Elaboración propia

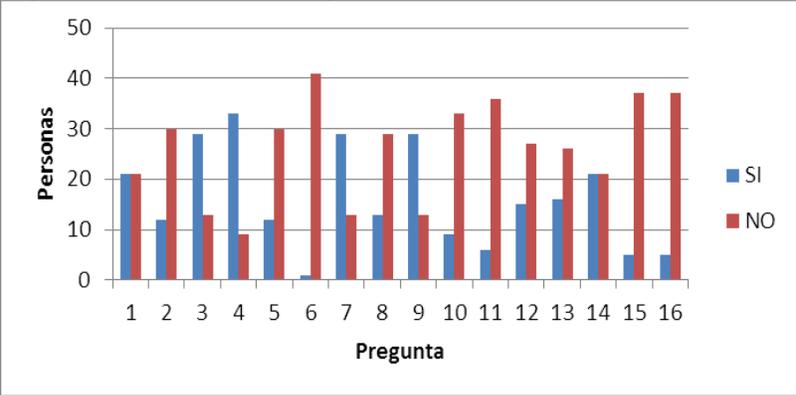
Figura 3. Uso personal de las herramientas web 2.0



Fuente: Elaboración propia

Se observa que en el uso personal de las herramientas web 2.0 tienen mayor aplicación las de comunicación, con un 83 %, video, 81%, redes sociales 81% y mapas con 81 %.Wikis 69 %, buscadores personales 64%, calendarios 50% y teniendo como contraste en su poca aplicación los marcadores sociales con un 2%, lectores RSS, y sistemas de gestión del conocimiento con un 14%.

Figura 4. Uso en el trabajo de las herramientas web 2.0



Fuente: Elaboración propia

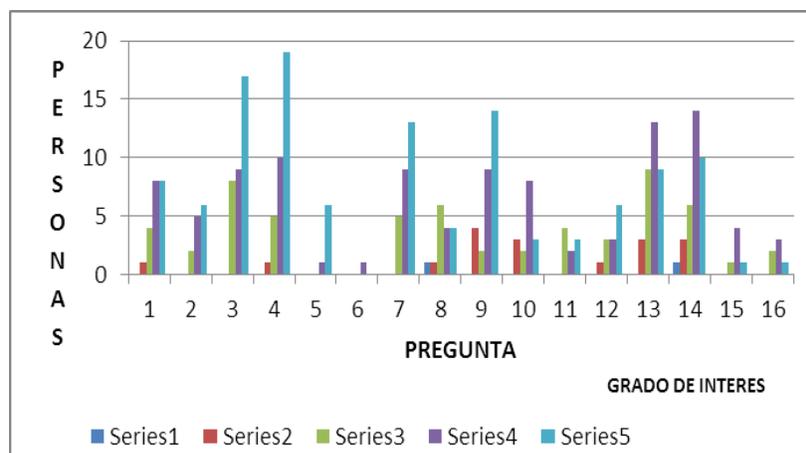
Se observa que en el uso en el trabajo las herramientas web 2.0 tienen mayor aplicación las de comunicación, con un 79 %, video 69%, buscadores personalizados 69 % , Wikis 69 %, calendarios y aplicaciones sobre mapas con un 50%, y teniendo como contraste en su poca aplicación los marcadores sociales con un 2%,lectores RSS, y sistemas de gestión del conocimiento con un 12%.

Tabla 3. Interés de las herramientas web 2.0 para uso personal

USO DE LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0	USO PERSONAL		GRADO DE INTERES				
	SI		1	2	3	4	5
PREGUNTA							
1. Calendarios.	21	0	1	4	8	8	
2. Audio.	13	0	0	2	5	6	
3. Video.	34	0	0	8	9	17	
4. Comunicación.	35	0	1	5	10	19	
5. Organizador de proyectos.	7	0	0	0	1	6	
6. Folksonomía, marcadores sociales.	1	0	0	0	1	0	
7. Buscadores personalizados	27	0	0	5	9	13	
8. Blogs.	16	1	1	6	4	4	
9. Wikis.	29	0	4	2	9	14	
10. Imagen	16	0	3	2	8	3	
11. Representación del conocimiento.	9	0	0	4	2	3	
12. Ofimática y documentos.	13	0	1	3	3	6	
13. Redes Sociales.	34	0	3	9	13	9	
14. Aplicaciones sobre mapas.	34	1	3	6	14	10	
15. Lectores RSS y servicios relacionados.	6	0	0	1	4	1	
16 Sistemas de gestión del conocimiento.	6	0	0	2	3	1	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Grado de interés en el uso personal de las herramientas web 2.0



Fuente: Elaboración propia

Esta figura muestra el grado de interés en el uso personal de las herramientas web 2.0, como es notable la herramienta de comunicación, video, buscadores y Wikis se encuentran en la categoría de muy interesante, y bastante interesante siendo las de mayor porcentaje, lo que significa que los docentes las utilizan con mayor aceptación.

Y mostrando nada o poco de interés en uso personal herramientas como marcadores sociales, sistemas de gestión de conocimiento, lectores RSS, organizador de proyectos, representación del conocimiento, por mencionar algunas.

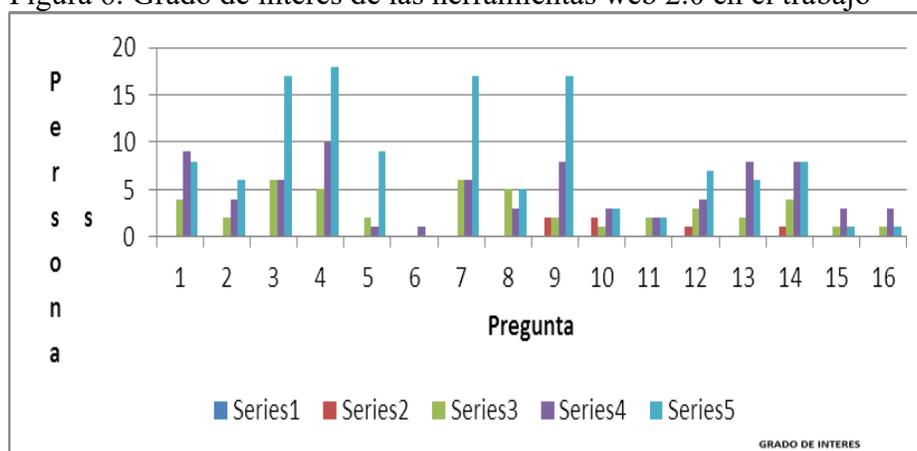
Tabla 4. Uso de las Herramientas web 2.0 en el Trabajo

USO DE LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0	USO EN EL TRABAJO	GRADO DE INTERES					
		SI	1	2	3	4	5
PREGUNTA							
1. Calendarios.	21	0	0	4	9	8	
2. Audio.	12	0	0	2	4	6	
3. Video.	29	0	0	6	6	17	
4. Comunicación.	33	0	0	5	10	18	
5. Organizador de proyectos.	12	0	0	2	1	9	
6. Folksonomía, marcadores sociales.	1	0	0	0	1	0	
7. Buscadores personalizados	29	0	0	6	6	17	
8. Blogs.	13	0	0	5	3	5	

9. Wikis.	29	0	2	2	8	17
10. Imagen, fotografía. .	9	0	2	1	3	3
11. Representación del conocimiento.	6	0	0	2	2	2
12. Ofimática y documentos.	15	0	1	3	4	7
13. Redes Sociales.	16	0	0	2	8	6
14. Aplicaciones sobre mapas. .	21	0	1	4	8	8
15. Lectores RSS y servicios relacionados.	5	0	0	1	3	1
16 Sistemas de gestión del conocimiento.	5	0	0	1	3	1

Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Grado de interés de las herramientas web 2.0 en el trabajo



Fuente: Elaboración propia

Se muestra también herramientas de Interés medio como comunicaciones, Wikis y aplicaciones sobre mapas. Y mostrando poco de interés en uso por herramientas como marcadores sociales, sistemas de gestión de conocimiento, lectores RSS, organizador de proyectos, representación del conocimiento.

Contraste de la hipótesis

Para el análisis de la hipótesis 1: “Los docentes utilizan las herramientas web 2.0 para uso personal y en el trabajo” se toma como referencia los datos mostrados en la Tabla 2. Uso de las Herramientas web 2.0 en la que se detalla el uso de las herramientas tanto para aplicaciones de manera personal como en el trabajo. Por lo que se acepta la hipótesis Alternativa 1.

Para el análisis de la hipótesis 2: “Existe una mayor preferencia de uso por las herramientas de comunicación”. Esto sugiere que este tipo de aplicativos tienen un gran nivel de aceptación porque permite la interconexión de múltiples usuarios en forma sincrónica, con posibilidades de audio y/o video conferencia a bajo costo. Por lo que se acepta la hipótesis Alterna 2.

CONCLUSIONES

La aplicación del instrumento de uso de las TIC permitió valorar gran importancia que dan los usuarios a determinadas herramientas. En el desarrollo de esta investigación se constató la diversidad de herramientas disponibles en el web. Además se logró identificar que la mayoría de herramientas son utilizadas tanto para actividades personales como profesionales.

Otro aspecto importante a resaltar, es que el avance tecnológico lleva consigo implicaciones a todo ámbito, especialmente a nivel educativo, debido a la brecha digital entre los maestros y sus estudiantes, ante el reto de acercar a los docentes a la tecnología y cambiar sus paradigmas sobre las nuevas estrategias de aprendizaje, esto hace que el docente esté sujeto a una constante capacitación.

REFERENCIAS

- Cabero ,J., Castaño, C., & Romero, R. (2007). *Diseño y producción de TIC para la formación*.
Barcelona: UOC.
- Cela, Karina L.(2008). Web2.0, estilos de aprendizaje y sus implicaciones en la
educación,(Tesis Master). Erasmus Mundus- Euromine- España, Portugal y Francia.
- Cobo, C., & Pardo, H. (2007). *Planeta web 2.0 Inteligencia colectiva o medios de fastfood*.
Barcelona,:Grup de Recerca d' InteraccionsDigitals.
- Coll,C.,Monereo,C.(2008).*Psicología de la educación virtual: aprender y enseñar con las
tecnologías*. Madrid: Morata.
- Daniel, J. (2003). *Educação e tecnologia num mundo globalizado*, Brasilia: UNESCO.
- Martín, S., García, E., Masa, C. & Villarreal, N. (2012). Los nuevos modelos de aprendizaje
basados en tecnologías de información y comunicación en los grados de administración y
dirección de empresas y su aplicación en la universidad CEU San Pablo. *Vivat Academia*,
629.
- O'Reilly,T. (2005) What Is Web 2.0,Design Patterns and Business Models for the Next
Generation of Software, Consult ado : 15 Junio 2014.
[<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>]
- Pardo, M. & Izquierdo, J. (2005). La Dinámica del proceso docente educativo en la educación
superior, con el empleo de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
RevistaPedagogíaUniversitaria, X (5), 83-96.
- UNESCO, (2008). ICT competency for teachers, by the United Nations educational, Scientific
and Cultural Organization.



PERCEPCIÓN DE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR COMO HABILIDAD DIRECTIVA

Patricia del Carmen Elguézabal López

Facultad de Contaduría Pública y Administración, U.A.N.L.

Av. Pedro de Alba s/n, Cd. Universitaria C. P. 66451.

Apartado Postal 076 Suc. "F". San Nicolás de los Garza, N. L., México.

patricia.elguezaball@uanl.mx

Nacionalidad Mexicana

Delia Imelda Rivera Loredó

Facultad de Contaduría Pública y Administración, U.A.N.L.

Av. Pedro de Alba s/n, Cd. Universitaria C. P. 66451.

Apartado Postal 076 Suc. "F". San Nicolás de los Garza, N. L., México.

dir16@yahoo.es

Nacionalidad Mexicana

José Luis Cantú Mata

Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, UANL

Av. Pedro de Alba s/n, Cd. Universitaria C. P. 66451.

Apartado Postal 076 Suc. "F". San Nicolás de los Garza, N. L., México.

jlcmeta@gmail.com

Nacionalidad Mexicana

Fecha de envió: 20/Abril/2015

Fecha de aceptación: 19/Mayo/2015

Resumen.

Esta investigación tiene como objetivo conocer la percepción que tienen los jóvenes universitarios como capacidad de innovación de acuerdo a su liderazgo, autoeficacia y toma de decisiones. Se trata de un estudio con enfoque cuantitativo con diseño no experimental, transeccional, con recolección de datos en un solo momento (Febrero 2015), se abordó el análisis de tipo descriptivo en el que participaron 166 estudiantes de 9° semestre de la carrera de Lic. en Administración (L.A.), el género de los participantes corresponden a Hombres: 36.75 % y Mujeres a 63.25 % con rango de edad entre 21 y 31 años, de igual manera para la carrera de Lic. en Negocios Internacionales (L.N.I.) se utilizó el mismo enfoque en un total de 83 participantes de 9° semestre y el género de los participantes corresponden a Hombres: 34.94 % y Mujeres a 65.06 % con rango de edad entre 21 y 25 años. Ambos Planes Educativos pertenecen a la Escuela de Negocios de la Universidad Autónoma de Nuevo León (FACPyA -Facultad de Contaduría Pública y Administración de la U.A.N.L.)

Palabras clave: innovación, liderazgo, autoeficacia, toma de decisiones.

Abstract

This research aims to know the perception having young University as innovation capacity according to their leadership, self-efficacy, and decision-making. It's a study with quantitative non experimental design approach, transactional, with collection of data in a single moment (February 2015), addressed the descriptive analysis in which 166 students of 9th semester of Bachelor in administration (L.A.), the gender of the participants correspond to men: 36.75% and women at 63,25% with range of age between 21 and 31 years in the same way for the career of Bachelor in international business (L.N.I.), the same approach was used in a total of 83 participants of 9th semester and the gender of the participants correspond to men: 34.94% and women at 65.06% with age between 21 and 25 years. Both educational plans belong to the School of Business of the Universidad Autónoma de Nuevo León (FACPyA – Facultad de Contaduría Pública y Administración of the U.A.N.L.)

Key words: innovation, leadership, self-efficacy, decision-making.

Introducción.

A partir de los cambios surgidos en este milenio, hablando de la globalización, sociedad del conocimiento y los cambios tecnológicos inmersos, las universidades en este sentido han tenido la necesidad de hacer cambios sustanciales en sus modelos y planes educativos por

la demandas que tienen las organizaciones ya que éstas actualmente necesitan jóvenes que suelen tener las habilidades y capacidades que les permita ser competitivos y hacer frente a los retos profesionales y laborales de hoy en día; por tal motivo es necesario que los estudiantes (que en nuestro caso egresarán de estos planes educativos) podrán emplearse más rápidamente si cuentan con la capacidad de innovación y crear la conciencia de que México necesita egresados innovadores de productos y servicios que ayuden al desarrollo sostenible, sustentable del país con un alto sentido de responsabilidad social y así poder contribuir a mejorar la calidad de vida de todos.

Como consecuencia del fenómeno de la sobre educación aunado a la imposibilidad del sistema económico de proporcionar puestos de trabajo acordes a las condiciones del capital humano, en México, actualmente el desempleo afecta al 40% de los egresados universitarios, si la economía no aumenta su nivel de crecimiento en esta década 305,000 egresados de todo el país se enfrentarán a la desocupación en el 2020. En los últimos diez años, el número de profesionales en el país aumento 2.8% pero, de ese total, un 16% se mantuvo inactivo. La tasa de desempleo en el área profesional subió del 2.3% al 5.1%. ANUIES (2014).

En el proyecto de Visión 2020 UANL se establecen los compromisos que la Universidad asume con el desarrollo social y económico del Estado y del País, sustentados en un Modelo de Responsabilidad Social Universitaria: La Universidad Autónoma de Nuevo León es reconocida en 2020 como una institución socialmente responsable y de clase mundial por su calidad, relevancia y contribuciones al desarrollo científico, tecnológico, la innovación, la construcción de escuelas de pensamiento y al desarrollo humano de la sociedad nuevoleonense y del País. (Jesús Ancer Rodríguez, Rector U.A.N.L.)

Sobre las tendencias de las IES y sus consecuencias de la sobre educación. Las tendencias internacionales han demostrado que en las Instituciones de Educación Superior (IES) no existe pertinencia educativa, lo cual genera una brecha entre los conocimientos y destrezas de los egresados y las necesidades de un entorno laboral competitivo (Delval, 2002; Gibbons, 1998; OCDE, 2000; Tünnermann, 2002; Tobón, 2005), razón por lo cual diversos sectores demandan a las IES una formación profesional acorde a los diferentes procesos productivos, mismos que exigen el desarrollo de nuevas necesidades y exigencias relativas a las *competencias* y conocimientos de los egresados que les permita insertarse activamente en el mundo laboral (ANUIES, 2003).

En una revisión sobre las competencias clave utilizadas por las universidades (Villa y Bezanilla, 2002) analizaba el debate sobre la puesta en práctica del enfoque basado en competencias en la enseñanza superior, recogiendo los términos empleados en los distintos modelos: “los términos competencias o habilidades generales, competencias transferibles, competencias comunes, competencias centrales, competencias clave (“transferable skills”, “general skills”, “common skills”, “core skills”) son definidos de diferente forma por distintos autores. En general, hacen referencia a las habilidades necesarias para el empleo y para la vida como ciudadano responsable y son importantes para todos los alumnos independientemente de la disciplina que estén estudiando” (Fallows y Steven, 2000). La innovación está altamente con la creatividad, orientación a la calidad, gestión de proyectos, orientación al logro, espíritu emprendedor, resolución de problemas, toma de decisiones, orientación al aprendizaje, trabajo en equipo y liderazgo.(Villa y Poblete, 2007). Para hacer frente a los desafíos de siglo XXI un líder debe ser innovador y creativo buscando nuevas y mejores maneras de hacer las cosas. Los líderes deben ser agentes de innovación y

cambio que guían, desarrollan y hacen crecer a sus organizaciones o grupos. Jack Fleitman (2013). La autoeficacia demuestra si eres capaz de utilizar las habilidades y destrezas personales ante circunstancias muy diversas, incluso en las reacciones emocionales que se experimentan ante situaciones difíciles (Blanco et al., 2011).

Basado en los antecedentes descritos anteriores podemos de manera consistente comentar que es necesario conocer la capacidad de innovación de nuestros estudiantes que egresarán de los planes educativos señalados a fin de saber si ésta competencia está relacionada con el liderazgo, la autoeficacia y la toma de decisiones con el objetivo de darnos a conocer si estas se vuelven una ventaja competitiva en el entorno profesional y laboral, explorando su forma de pensar, actuar y decidir ante situaciones diversas, además de qué tanta confianza y seguridad tienen los estudiantes para convertirse en agentes de cambio, creando nuevos panoramas en la forma de vivir y ser productivo, aportando nuevas ideas enriqueciendo sus conocimientos y contribuyendo a formar un mundo mejor.

Marco teórico

Innovación.

Martín y Rivas, 1984; Tejada, 1998; Rivas, 2000. La innovación es una acción deliberada que comporta la introducción de algo nuevo en un sistema u organización, modificando sus procesos (estructuras, procedimientos u operaciones) y cuyo resultado supone una en los productos, es decir, en el logro de los objetivos. Comenta los elementos que caracterizan un proceso de innovación: La intencionalidad, la actitud y posición personal, la búsqueda de nuevos métodos, la aplicación de métodos novedosos y la valoración de los resultados.

Por lo anterior debemos entender que para que exista la innovación en los estudiantes que egresarán de las universidades se deberá crear una cultura a lo largo de sus estudios desde la base misma de los programas de estudio y planes educativos, además de talleres, conferencias, congresos, coloquios, etc., como una de las más importantes herramientas de competitividad del hoy, por lo que es importante conocer algunas opiniones ó definiciones de autores con respecto a la cultura de innovación.

Según Bueno (2007:54), una cultura de innovación es aquella que: Se caracteriza por un conjunto de rasgos donde sobresalen los aspectos relacionados con la tolerancia, el derecho al error, la confianza, la capacidad de adaptación al cambio, la asunción de riesgos, el esfuerzo, la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la autoestima, la vigilancia tecnológica, el talento, la satisfacción de necesidades del mercado, los flujos de comunicación, los mecanismos de enlace, el ser pionero, la empatía, la recompensa en caso de éxito y la ausencia de castigo en caso de fracaso, el aprendizaje, la cooperación, la iniciativa emprendedora, la captación de ideas, el compromiso, entre otros. De acuerdo con

el criterio de Escorsa y Maspons (2001:98), la cultura de innovación tiene unos factores característicos que le permiten asegurar un crecimiento sostenido a largo plazo. Algunos factores claves de esa cultura son: Creatividad: la creatividad es una habilidad que se puede desarrollar y promocionar conscientemente. De esta forma, cabe afirmar que las innovaciones de éxito se fundamentarán en dos aspectos esenciales que son: el aspecto comercial (la mejor innovación es la que mejor satisface las necesidades patentes y latentes de los usuarios potenciales) y el aspecto creatividad (innovar es realizar lo que nadie ha imaginado, todavía).

Liderazgo.

Entendemos el liderazgo como la capacidad de influir sobre los individuos y/o los grupos anticipándose al futuro y contribuyendo a su desarrollo personal y profesional. Se trata de una de las competencias compleja pero clave que se recomienda desarrollar en los últimos cursos de las diferentes carreras (Villa, A. y Poblete, M. 2007). El liderazgo es una competencia y, como tal, puede adquirirse, desarrollarse e incrementarse. El dominio de esta competencia está estrechamente relacionada con: pensamiento sistémico, planificación, Automotivación, Comunicación interpersonal, Toma de decisiones, Trabajo en equipo, Gestión por objetivos, Innovación, Espíritu emprendedor, Orientación al logro, Autorealización, Confianza, dignidad Humana, entre otras. Los estudios sobre el liderazgo señalan que los líderes generalmente son más inteligentes, audaces, objetivos, tienen mejor criterio, interactúan con más facilidad, trabajan mejor bajo presión, toman decisiones rápidas y certeras, pueden tomar el control con efectividad y se sienten seguros de sí mismos. Un auténtico liderazgo se ejerce teniendo una actitud amable, generosa y de servicio hacia los demás. El liderazgo debe fomentar un espíritu de equipo que genere

sentido de pertenencia y permita hacer un trabajo colectivo que se coordine y complemente con eficiencia y eficacia con el propósito de generar valor para la organización o grupo y a sus colaboradores y seguidores.

Autoeficacia.

La autoeficacia puede ser definida como la percepción o creencia personal de las propias capacidades en una situación determinada. Las creencias de autoeficacia presentan gran influencia en el ser humano, ya que actúan sobre sus pensamientos, sentimientos y comportamientos (Bandura, 1995). Así mismo, Bandura (2001) plantea que la autoeficacia percibida debe ser conceptualizada de manera específica. La autoeficacia percibida hace pues referencia a las creencias de las personas acerca de sus propias capacidades para el logro de determinados resultados. La autoeficacia percibida pues, desempeña un papel fundamental en el funcionamiento humano puesto que, afecta el comportamiento no sólo de manera directa, sino también por su impacto en otros determinantes claves tales como metas y aspiraciones, expectativas de resultados, tendencias afectivas y percepción de los impedimentos y oportunidades que se presentan en el medio social (Bandura, 1997; García et al., 2007). Autoeficacia que se refiere a un sentido amplio y estable de competencia personal sobre cuán efectiva puede ser la persona al afrontar una variedad de situaciones estresantes (Choi, 2004; Luszczynska et al., 2004; Luszczynska et al., 2005).

Toma de decisiones.

Una persona caracterizada por una alta personalidad eficaz sería aquella que presenta y utiliza una alta asertividad, autoestima, capacidad de trabajo, confianza en sí mismo, estabilidad emocional, capacidad de aprender de la experiencia, conciencia comprensiva,

habilidad conceptual superior, habilidad para solucionar problemas, imaginación, intuición, visión de futuro, persuasión, versatilidad, visión realista del ambiente, viveza, extraversión, flexibilidad, independencia, iniciativa, motivación de logro, optimismo, perseverancia, tolerancia a la incertidumbre, toma de riesgos y valores personales (Aciego, Domínguez y Hernández, 2005; Martín del Buey y col., 2004, 2008; Mehran, 2010; Staudinger y Bowen, 2010). En ocasiones los egresados universitarios están bien preparados para tomar decisiones en cierto tipo de situaciones profesionales específicas; pero se encuentran desorientados o inseguros cuando deben tomar una decisión en un contexto nuevo, imprevisto o con una complejidad desconocida. Los ámbitos de desempeño profesional están plagados de este tipo de situaciones imprevistas. (Villa, A. y Poblete, M. 2006).

Definición del problema

¿Qué relación existe entre la capacidad de innovación, el liderazgo, la autoeficacia y toma de decisiones en los alumnos de 9° semestre de las carreras de L.A. y L.N.I., como competencia personales para enfrentar el reto de ser competitivos al egresar de su licenciatura?

Declaración del problema

Se necesita conocer si existe relación entre la capacidad de innovación, el liderazgo, la autoeficacia y toma de decisiones en los alumnos de L.A. y L.N.I.

Objetivos de la investigación

Saber qué percepción tienen los estudiantes de 9º semestre de L.A. y L.N.I. en relación a su capacidad en áreas de innovación, de acuerdo a:

1. Utilizan su conocimiento para crear productos y obtener un beneficio.
2. Utilizan su creatividad para desarrollar actividades académicas.
3. De acuerdo a su toma de decisiones, escogen la mejor alternativa para resolver un problema.
4. Se consideran lo suficientemente capaz para enfrentar con éxito a cualquier tarea académica.
5. Tienen la capacidad suficiente para comprender correctamente una materia.

Metodología.

Se realizó un cuestionario de 5 preguntas cuyos participantes son alumnos que están inscritos en el 9º semestre del programa educativo Licenciado en Administración (LA) y Licenciado en Negocios Internacionales (LNI). Las 5 preguntas han sido diseñadas para medir la percepción de los participantes en relación a su capacidad en áreas de innovación, las preguntas son:

6. Mi conocimiento lo utilizo para crear productos para obtener un beneficio.
7. Utilizo mi creatividad para desarrollar actividades académicas.
8. De acuerdo a mi toma de decisiones, escojo la mejor alternativa para resolver un problema.
9. Me considero lo suficientemente capaz para enfrentar con éxito a cualquier tarea académica.
10. Tengo la capacidad suficiente para comprender correctamente una materia.

Cada una de las preguntas esta medida a través de la escala Likert con puntuaciones de 1 a 5:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Resultados

Partiendo de la revisión de literatura, se toma como referencia el desarrollo de las 5 preguntas que forman parte del análisis del presente trabajo.

LA

Para la carrera de LA se utilizó el enfoque cuantitativo con diseño no experimental, transeccional, con recolección de datos en un solo momento (Febrero 2015). Se abordó el análisis de tipo descriptivo de un total de 166 participantes. Se determinó el análisis con la herramienta Excel (Figuras I, II, III, IV, V). El género de los participantes corresponden a Hombres: 36.75 % y Mujeres a 63.25 % con rango de edad entre 21 y 31 años.

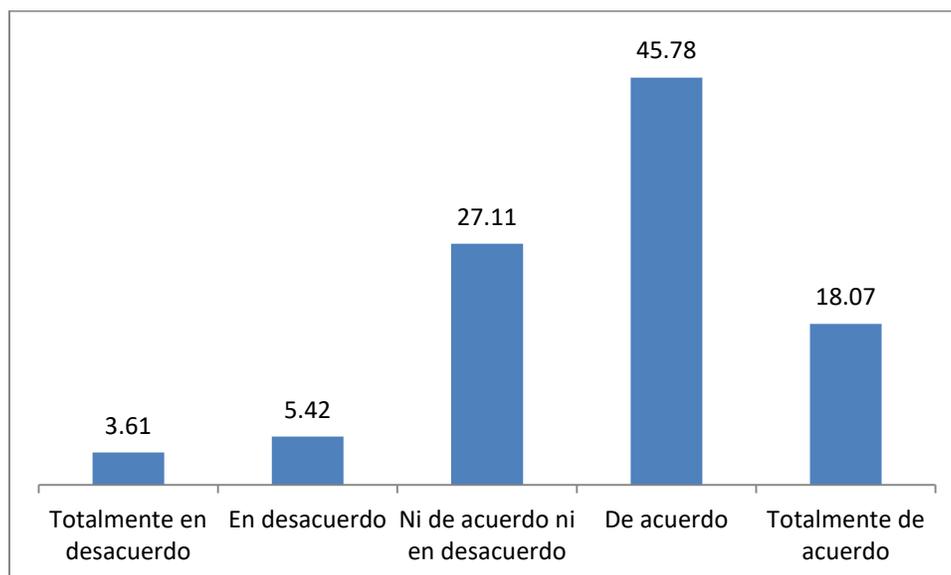


Figura I. Mi conocimiento lo utilizo para crear productos para obtener un beneficio.

Los alumnos especialmente los L.A., del total de la población de la muestra (166 participantes) el 45.78% está de acuerdo que el conocimiento lo utiliza para crear productos y obtener beneficios

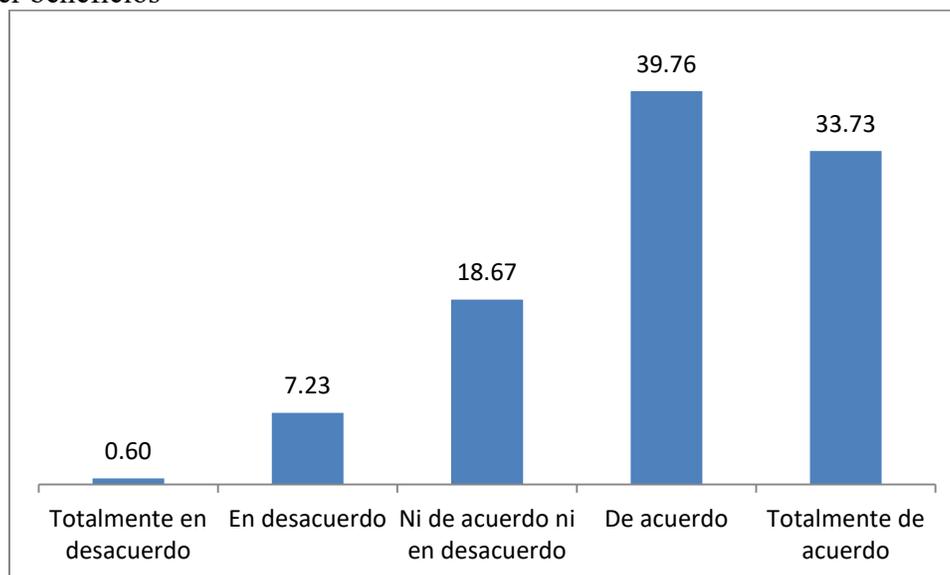


Figura II. Utilizo mi creatividad para desarrollar actividades académicas.

Este gráfico permite mostrar que el 39.76% , es decir; 66 alumnos de un total de 166 participantes de la muestra opinan que utiliza la creatividad para desarrollar actividades académicas.

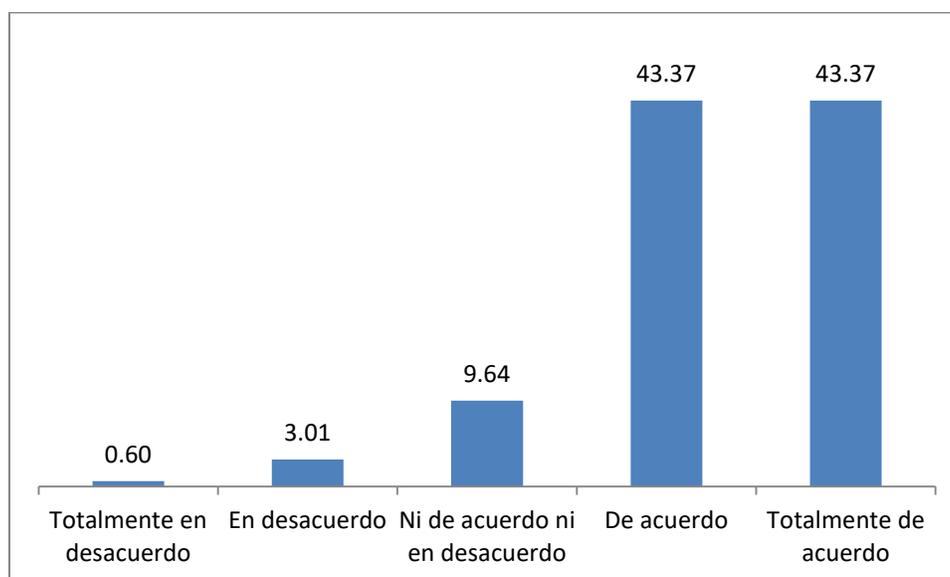


Figura III. Realizo estrategias para concluir correctamente mis actividades académicas.

Esta gráfica determina la igualdad de opiniones de los alumnos encuestados acerca de realizar las mismas estrategias, para concluir; existe la misma cantidad de estudiantes que tienen igual percepción por lo que 72 estudiantes de 166 que participaron en la muestra están de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente.

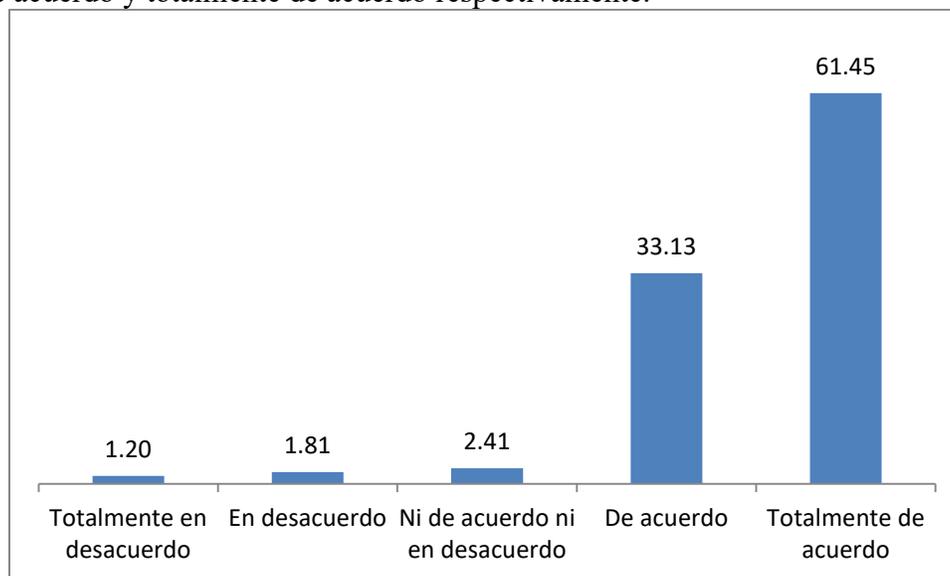


Figura IV. De acuerdo a mi toma de decisiones, escojo la mejor alternativa para resolver un problema.

La figura anterior muestra un porcentaje muy amplio en relación a la pregunta que se aplicó en la encuesta donde de acuerdo a mi toma de decisiones, escojo la mejor alternativa para resolver un problema pues el 61.45% es decir; 102 estudiantes de un total de 166 opinaron que están totalmente de acuerdo.

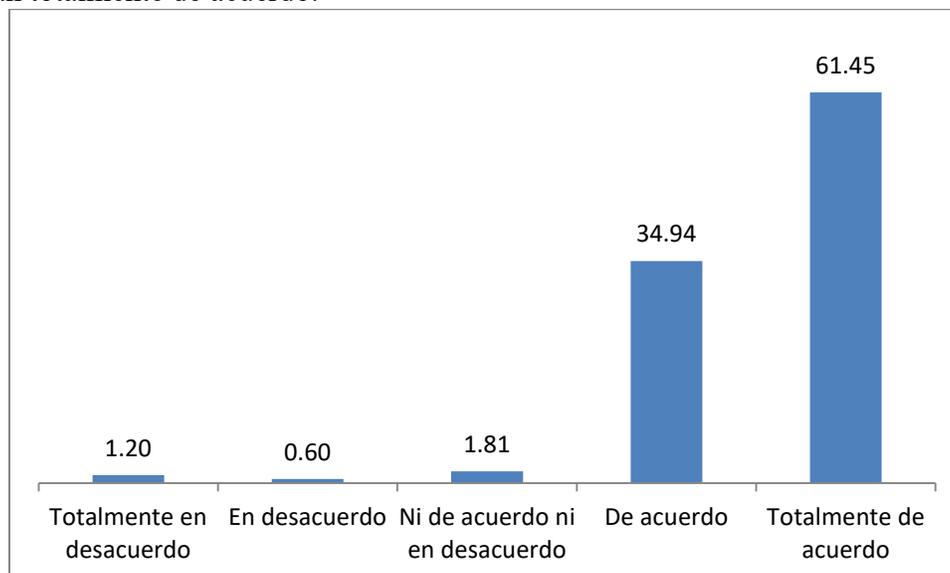


Figura V. Me considero lo suficientemente capaz para enfrentar con éxito a cualquier tarea académica.

En esta gráfica los estudiantes se consideran lo suficientemente capaz para enfrentar con éxito cualquier tarea académica pues mientras 102 (61.45%) estudiantes opinan que está totalmente de acuerdo con relación a que ningún estudiante está en desacuerdo (0.60%)

LNI

Para la carrera de LNI se utilizó el enfoque cuantitativo con diseño no experimental, transeccional, con recolección de datos en un solo momento (Febrero 2015). Se abordó el análisis de tipo descriptivo de un total de 83 participantes. Se determinó el análisis con la herramienta Excel (Figuras VI, VII, VIII, IX, X). El género de los participantes corresponden a Hombres: 34.94 % y Mujeres a 65.06 % con rango de edad entre 21 y 25 años.

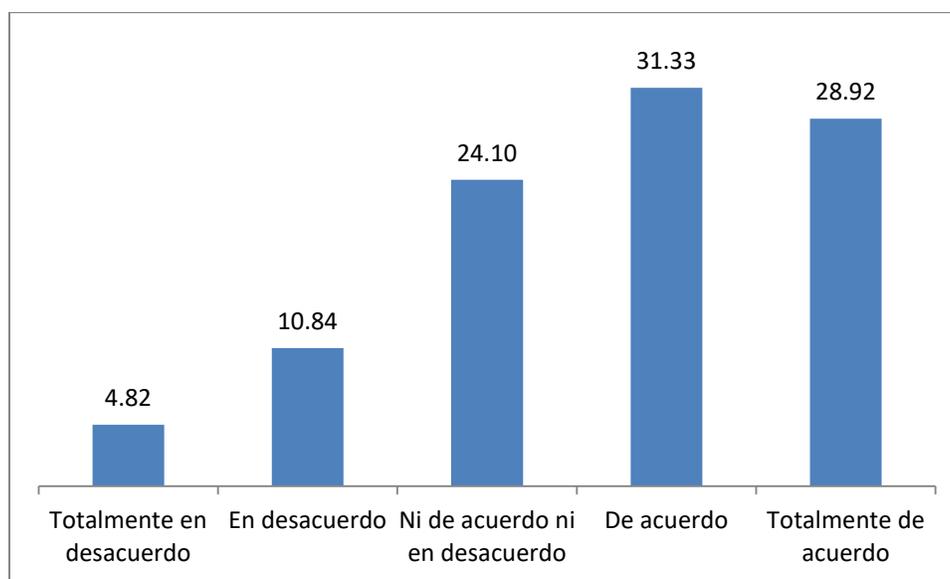


Figura VI. Mi conocimiento lo utilizo para crear productos para obtener un beneficio.

Esta figura presenta los resultados arrojados de la pregunta Mi conocimiento lo utilizo para crear productos y obtener un beneficio donde el 31.33% (26 alumnos) nos indica que está de acuerdo y apenas el 4.82 (4 estudiantes) está totalmente en desacuerdo.

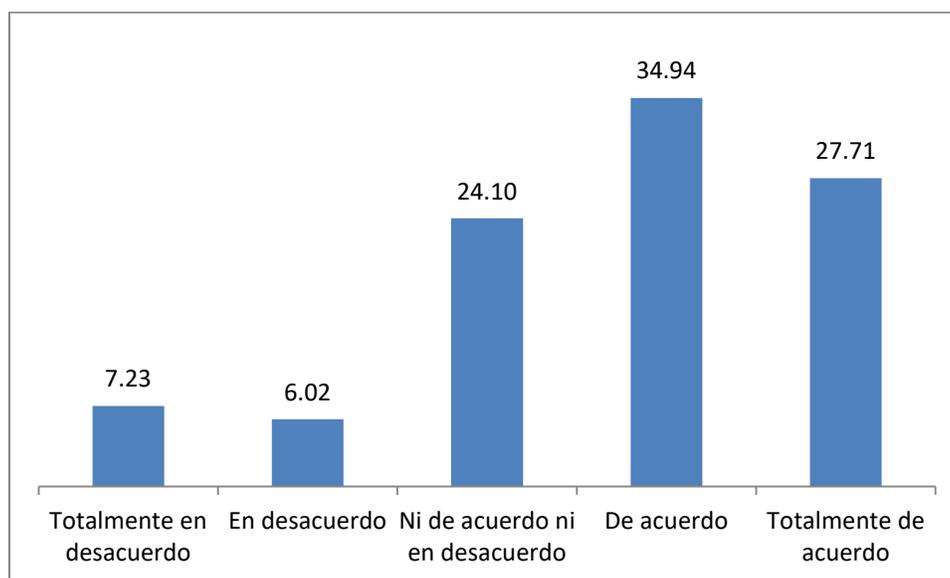


Figura VII. Utilizo mi creatividad para desarrollar actividades académicas. En la presente gráfica un 34.94% de los estudiantes consideran que utilizan su creatividad para el desarrollo de actividades académicas.

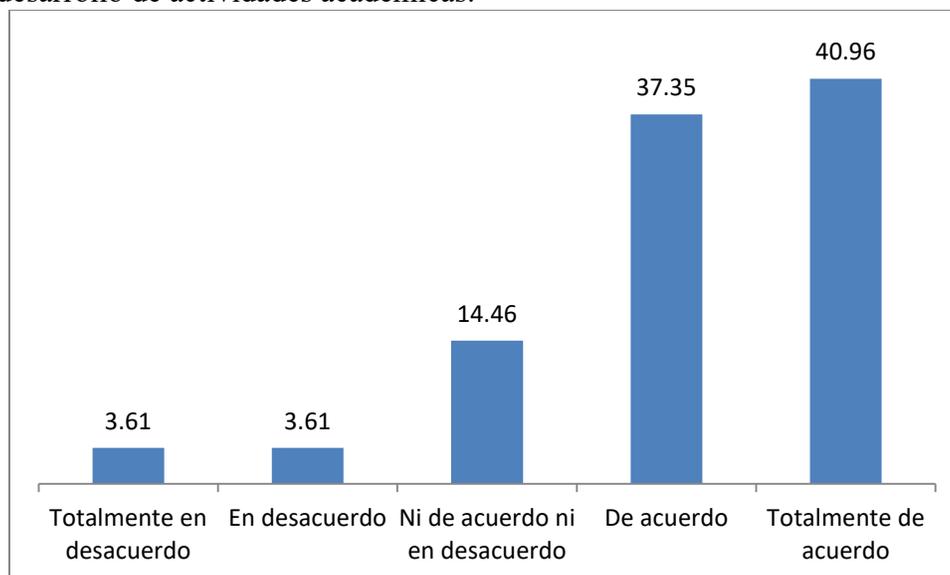


Figura VIII. Realizo estrategias para concluir correctamente mis actividades académicas.

El gráfico VIII nos muestra como el 40.96% que equivale a 34 estudiantes del total de la muestra (83 alumnos) opinan que realizan estrategias para concluir correctamente sus actividades académicas.

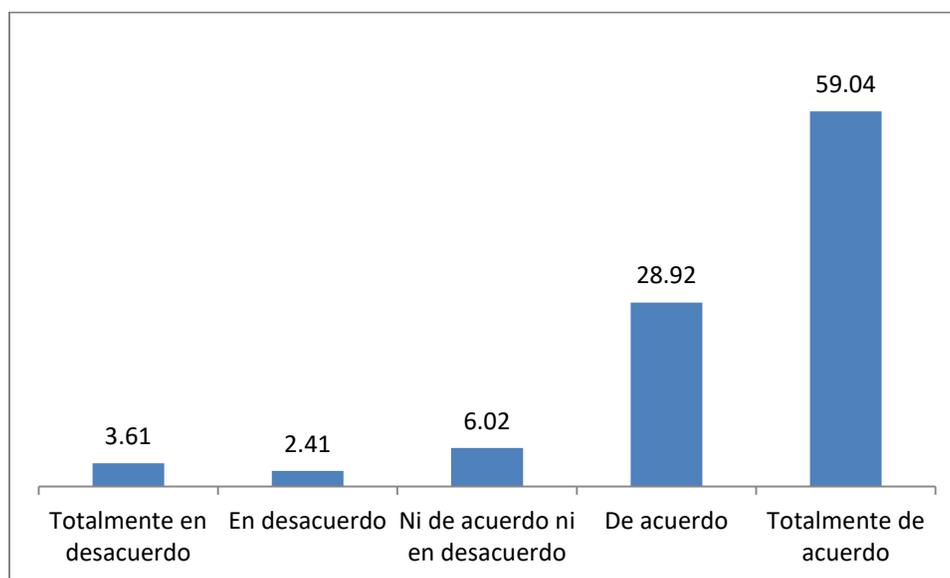


Figura IX. De acuerdo a mi toma de decisiones, escojo la mejor alternativa para resolver un problema.

En esta figura se plantea como el 59.4% (49 alumnos) opinaron que de acuerdo a su toma de decisiones escogen la mejor alternativa para resolver un problema.

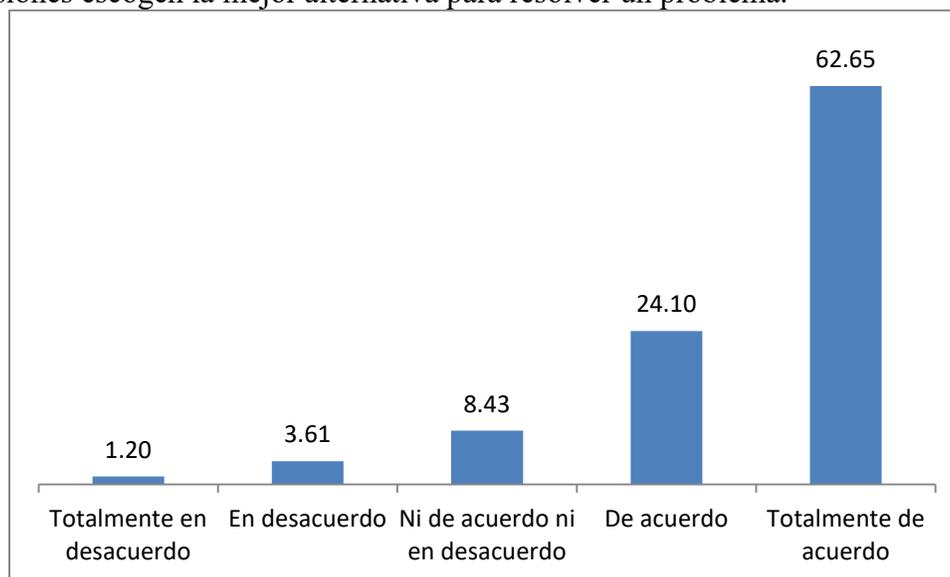


Figura X. Me considero lo suficientemente capaz para enfrentar con éxito a cualquier tarea académica.

Esta última gráfica nos muestra el 62.65% de la muestra opina que está totalmente de acuerdo al considerarse lo suficientemente capaz de enfrentar con éxito cualquier tarea académica

Discusión de resultados

Por lo tanto podemos concluir que tanto los L.A. como los L.N.I. sus opiniones en las preguntas 3, 4 y 5 son muy similares ya que arrojan una diferencia de entre 1% y el 2.41%

por lo que refleja una mínima diferencia entre sus opiniones a este respecto, mientras para las preguntas 1 y 2 se obtuvieron diferencias entre el 6.02% y 10.85% respectivamente por lo que existe una diferencia de opiniones entre los L.A. y los L.N.I. en la respuesta de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Los estudiantes de L.A. se consideran creativos de productos para obtener un beneficio, así como la toma de decisiones y resolver problemas además de enfrentar con éxito cualquier tarea académica mientras que los de L.N.I. se consideraron con mayor capacidad en realizar estrategias para concluir actividades académicas, toma de decisiones y resolver problemas pero con mayor puntaje también fue sentirse suficientemente capaz de enfrentar con éxito a cualquier tarea académica.

Cabe aclarar, como investigación preliminar, se está tomando en cuenta solamente la cantidad descrita, mencionada en el apartado de metodología, correspondiente a ambas carreras (LA y LNI) sin utilizar una técnica estadística de comparación de medias.

Conclusiones

Entre los aspectos relevantes del presente estudio, de acuerdo a las gráficas mostradas en el apartado de resultados, nos damos cuenta de la seguridad que los alumnos de ambas carreras tienen sobre su conocimiento, creatividad, liderazgo y sus capacidades para enfrentar diversas actividades en su área de estudio. Sin embargo, aunque los estudiantes están seguros de sí mismo, su propia seguridad no es suficiente para afrontar los retos empresariales, ellos deben desarrollar sus habilidades para estar en competencia. Los estudiantes de L.A. se consideran creativos de productos para obtener un beneficio, así como la toma de decisiones y resolver problemas además de enfrentar con éxito cualquier tarea académica mientras que los de L.N.I. se consideraron con mayor capacidad en realizar

estrategias para concluir actividades académicas, toma de decisiones y resolver problemas pero con mayor puntaje también fue sentirse suficientemente capaz de enfrentar con éxito a cualquier tarea académica por lo que es importante que tomen conciencia de que la innovación es un marco de referencia para las organizaciones para crear ventajas competitivas, explorar lo que se desconocía, hacer que los empleados se atrevan a cambiar su forma de pensar, inculcando esta cultura de innovación desde la aulas y desde los primeros semestres, crear en ellos una nueva mentalidad, ser agentes de cambio, identificando en ellos quiénes tienen habilidades y destrezas diferentes y capacitarlos para que puedan desarrollar nuevos proyectos, de esta forma aportarán mayor conocimiento a lo que hacen y saber para que lo hacen y sobre todo los beneficios que tendrán así mismo que con la capacidad de liderazgo pueden darnos a conocer si contamos con calidad en la educación, esto es derivado de los rasgos de la personas, de su forma de pensar, de actuar y decidir, es por esta razón que es importante que se tome en cuenta las percepción que tiene el estudiante a lo largo de los estudios universitarios a fin de constatar que los planes educativos toman en cuenta esta competencia de igual manera todo estudiante profesional debe tomar decisiones, entre más avance en su carrera más alto será el nivel de decisión, como habíamos comentado en un principio los empleadores u organizaciones así como la sociedad espera egresados con la capacidad de toma de decisiones adecuadas en los diferentes contextos y situaciones que se les presente y que estas las más acertivas para el entorno que les rodea. La competencia de toma de decisiones consiste, básicamente, en ser capaz de elegir la mejor alternativa para actuar. La autoeficacia es considerada como las capacidades percibidas por las personas, conocerse hasta donde pueden llegar o conocer sus límites ante diferentes situaciones, predictiva ante acontecimientos inesperados y por tal

motivo puede lograrse el éxito, por esas y muchas más razones es relevante considerar que se realicen estudios sobre estas habilidades a los estudiantes que egresarán de nuestra Institución a fin de se conozca si es necesario hacer cambios en los planes y programas de estudio para estar acorde a las necesidades actuales de la organización

Bibliografía.

- Aciego, R., Domínguez, R. y Hernández, P. (2005). Consistencia interna y estructura factorial de un cuestionario sobre autorrealización y crecimiento personal. *Psicothema*, 17(1), 134-142.
- Ancer, R. J., Plan de Desarrollo Institucional U.A.N.L. 2012-2010 Versión 1.0 aprobado por H. Consejo Universitario el 29 de marzo del 2012.
- ANUIES, (09 de septiembre 2014). *Panorama de la Educación 2014*. Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/09/09/980761>.
- ANUIES, (2003). *La educación superior en el siglo XXI*. ANUIES. México.
- Bandura, A. (1995) Exercise of personal and collective efficacy. En: Bandura, A. (ed.) *Self – efficacy in Changing Societies*, EEUU: University of Cambridge, pp. 1 – 45.
- Bandura, A., *Guía para la construcción de escalas de autoeficacia* (2001). <http://www.revistaevaluar.com.ar/effguideSpanish.htm> Acceso: 16 mayo (2011)
- Blanco, H., Martínez, M., Zueck, M. A. y Gastélum, G., *Análisis psicométrico de la escala autoeficacia en conductas académicas en universitarios de primer ingreso*, Actualidades Investigativas en Educación, 11(3), 1-27 (2011).
- Bueno, Ender (2007). Cultura e innovación, la conexión perfecta. [Versión electrónica]. From: www.madrimasd.org/revista/revista15/tribuna/tribuna4.
- Choi, N., *Sex role group differences in specific, academic, and general self-efficacy*. The Journal of Psychology, 138, 149-159 (2004). García, A. L., García, M. y Ramos, P. J., *Aportaciones de la inteligencia emocional y la autoeficacia: Aplicaciones para la selección de personal*, Anales de Psicología, 23(2), 231-239, (2007).

Delval, J. (2002). *La escuela posible. Cómo hacer una reforma de la educación*. Barcelona. España: Ariel.

Escorsa, Lucas y Maspons, Killer (2001). *La cultura de innovación*. Mc Graw Hill. España.

Fallows, S. y Steven, C. (2000) *The skills agenda*. En S. fallows and C. Steven. *Integrating key skills in higher education. Employability, transferable skills and learning for life*.

London: Kogan, page 8-9.

Fleitman, Jack. (2013) Entrevista “Líderes innovadores y creativos en el siglo XXI”.

Revista GESTIOPOLIS. 24-07-2013. www.felitman.net / www.ciemsa.mx

Luszczynska, A., Gibbons, F., Piko, B. y Tekozel, M., *Self-regulatory cognitions, social comparison, perceived peers' behaviors as predictors of nutrition and physical activity: A comparison among adolescents in Hungary, Poland, Turkey, and USA*. *Psychology and Health*, 19, 577-593 (2004).

Marín, R. y Rivas, M. (1994) *Sistematización e innovación educativa*. Madrid: UNED.

Martín del Buey, F., Fernández, A., Martín, E., Dapelo, B., Marcone, R. y Granados, P. (2008). *Cuestionario de personalidad eficaz para la formación profesional*. *Psicothema*, 20(2), 224-228.

Staudinger U. M., Bowen, C. E. (2010). *Life-span perspectives on positive personality development in adulthood and old age*. In M. E. Lamb, A. M. Freund, y R.M. Lerner (Eds.). *The handbook of life-span development, vol. 2: Social and emotional development*. Hoboken, NJ, US: John Wiley & Sons Inc. pp. 254-297.

Villa, A. y Bezanilla, Ma. J. (2002). *El desarrollo de las competencias en la formación universitaria*. Documento inédito. Bilbao: Universidad de Deusto.

Villa, A. y Poblete, M. (2006). "Practicum y Evaluación de Competencias". Profesorado.
Revista de Currículum y Formación del Profesorado, Universidad de Granada.

Villa, A. y Poblete, M. (2007) Aprendizaje basado en competencias. Una propuesta para la
evaluación de las competencias genéricas. Universidad de Deusto. Bilbao.